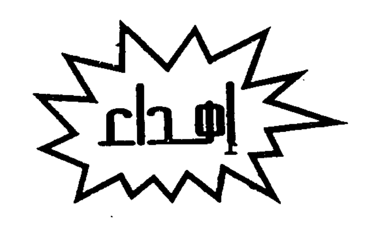
مبادئ الاقتصاد الجزئى

أ . د / سهير محمد السيد حسن
استاذ ورئيس قسم الأقتصاد والمالية العامة
كلية التجارة - جامعة المنوفية

٢٠٠٦

بسم الله الرحمن الرحيم



إلى أبنائي الأعزاء

المهندسة / رانية	
المهندسة / حسناء	رمز البناء
المهندس / ولاء	

وأحفادي الأحباء

محمد أيمن	
ونور الدين سامي	رمز النقاء
وجنى أيمن	

تقديم

لقد أصبح علم الاقتصاد من اهم العلوم الانسانية والتي لايمكن تجاهل دورها في المرحلة الحالية من التطور الاجتماعي والاقتصادي والسياسي وخصوصا بعد ما أصبحت المتغيرات الاقتصادية ، بمثابة المحرك الاساسي لجميع القرارات الاقتصادية والسياسية العالمية .

واذا كان علم الاقتصاد قد اهتم اساسا بتفسير السلوك الاقتصادي للفرد ، باعتباره اساس المجتمعات البشرية ، فإن هذا الاهتمام كان يهدف لكيفية المواءمة بين الموارد الاقتصادية المحدودة وبين الاحتياجات البشرية المتعددة ، ولذلك فقد اهتم الفكر الاقتصادي عبر العصور المختلفة بكيفية تخصيص الموارد اي ترشيد استخدامها وتوجيهها نحو الاستخدام الأمثل .

ونظرا للتطور السريع للمجتمع الدولي والتقدم الملحوظ الذي تشهده كثيرا من الدول المتقدمة ، وايضا السعي وراء التكتلات الاقتصادية للاستفادة من وفورات الحجم الكبير ومزايا الكميات الاقتصادية العملاقة ، فقد ادي ذلك الي تدعيم لفكرة العولمة والتي تهدف اساسا الي اعادة هيكله العالم لخدمة مصالح الولايات المتحدة .ولا سيما ان معظم الدول النامية والتي في مقدمتها مصر لاتملك الميزة التنافسية التي تجعلها تصمد امام التيار الجامح من الواردات الاجنبية سواء في المجال الصناعي او الزراعي او

الخدمي ، مما يؤدي الي ضرورة اعادة هيكلة اقتصادية القولي من خلال دعم الصناعات المحلية عن طريق تكثيف استخدام التكنولوجيا المتقدمة وثقل الخبرات وايضا اعادة تكوين البناء الاقتصادي والمؤسس للدولة ..

كل هذا يؤكد اهمية دراسة علم الاقتصاد بالنسبة لجميع مراحل التعليم ، وربما لهذا الغرض اثرت وزارة التعليم تدريس مادة الاقتصاد في المرحلة الثانوية ، فضلا عن تدريسه في كليات الهندسة والآداب والتربية وبعض الكليات الاخرى .

فعلم الاقتصاد هو اساس فهم ابعاد المشكلة الاقتصادية وهو اساس معرفة كيفية مواجهتها فكل ما يدور حولنا يذكرنا باهمية ذلك . فالطفل الذي يجد نفسه في فصل مكدس بـ٦٠ تلميذ مما يعوق تحصيله وربه المنزل التي تعاني من ارتفاع اسعار السلع الغذائية بالقدر الذي يخفض من مستوى اشباع الأسرة ، ورب الاسرة الذي يضطر للبحث عن عمل اضافي لمواجهة مشكلة الدروس الخصوصية والتي تلتهم جزء كبير من ميزانية الاسرة والذي يجد نفسه في بطالة قد تطول لسنوات بعد تخرجه من الجامعة ويظل معتمدا اقتصاديا على اسرته وأزمة الاسكان الي غير ذلك من الازمات المتكررة والتي يعاني منها الافراد كما ان الامر لا يقتصر عن هذا النحو فالدولة التي تعاني من العجز في ميزان مدفوعات وفي الموازنة العامة بسبب زيادة الانفاق العام وانخفاض الايراد العام . كل هذه الامور

سببها المشكلة الاقتصادية التي تبدأ بالفرد وتنتهي بالدولة ونود أن نشير الي ان حلول تلك المشاكل او مواجهة هذه الازمات الدائمة يتطلب استخدام زيادة انتاج وانتاجية الاقتصاد القومي اي زيادة معدل نمو الناتج القومي ، ولن يتحقق ذلك يتوافر الكوادر البشرية الملمة بالجوانب الاقتصادية في معالجة تلك المشاكل .

ومن هذا المنطلق حاولنا في هذا المؤلف استعراض المبادئ الاساسية لعلم الاقتصاد الجزئي والذي يهتم بسلوك الفرد من حيث كونه مستهلك او منتج او احد عوامل الانتاج (العمل) .

ونود ان يوفقنا الله في ان يكون ذلك اضافة متواضعة في خدمة المكتبة الاقتصادية .

المؤلف

أ.د/ سهير محمد السيد حسن

سان استفانو -رمل الإسكندرية

ينايـــر ٢٠٠٤م

مقدمة

يمكنا القول بان التمييز بين اسس النظرية الاقتصادية الجزئية والنظرية الاقتصادية الكلية ليس وليد اليوم بل قد يرجع إلي اكثر من نصف قرن مضي حيث ظل هذا الاتجاه يسيطر علي تطور الفكر الأقتصادي .

فإذا كانت النظرية الاقتصادية الجزئية تهتم بتحليل السلوك الأقتصادي للوحدات الأقتصادية ، فإن اهتمام النظرية الأقتصادية الكلية أنصب اساسا علي تحليل المتغيرات الأقتصادية الكلية اي سلوك الأقتصاد القومي ككل من خلال تلك المتغيرات التي تؤثر فيه سواء تعلق الأمر بالاستهلاك

La consommation أو الأدخـــــــــار L'epargne أو االاستثمار Investissement أو الاسعار lespre ومستوي التوظيف L'emploi الي غير ذلك من المتغيرات الأقتصادية الكلية الأعم مثل الناتج القومي Le produit National والدخل القومي Le revem Nationale .

ولذلك فقد أثرنا ان يحتوي هذا المؤلف علي العديد من الأدوات الأقتصادية الأيضاحية التي تسمح للطالب المبتدئ وكذلك القارئ العادي بأن يتفهم ما يدور حوله من مشكلات أقتصادية معاصرة وكذلك ان يدرك مدي اهمية مواجهتها من خلال الأهتمام بسلوك الرشد الأقتصادي .

ومن هذا المنطلق فقد حاولنا إمداد القارئ بالمعارف الأقتصادية المبسطة والتي تساعده علي سهولة الاستيعاب وتعميق المفاهيم الأقتصادية الاساسية ، حتي يمكنه فهم جميع فروع علم الأقتصاد والتي تتطلب وتستند علي ضرورة فهم مبادئ الأقتصاد الجزئي . ولذلك فقد صممت معظم مناهج المعرفة الأقتصادية علي اساس البدء بتدريس هذا المقرر كمبادئ اساسية واساسيات ضرورية لدراسة علم الأقتصاد من خلال الأهتمام بالأدوات الأقتصادية التحليلية في مجال الأقتصاد الجزئي .

الفصل الأول

مفهوم الاقتصاد الجزئي ونطاقه

مقدمة :

ينقسم علم الأقتصاد الي فرعين اساسين :

- أقتصاد جزئي Microéconomique
- أقتصاد كلي Macroéconomique

ويهتم الأقتصاد الجزئي بالسلوك الفردي للوحدات الأقتصادية والتي تشتمل علي كل من المستهلكين Consommateurs ، العمال Les travailleurs ، المستثمرين Investissurs والمشروعات Les entreprises ، ملاك الأراضي Propriéteurs Les terres

اي جميع الوحدات التي تلعب دورا هاما - اما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - للتأثير علي مستوي النشاط الأقتصادي القومي ومن ثم فإن الأقتصاد الجزئي يوضح لنا كيف أو لماذا تتخذ تلك الوحدات قراراتها

الأقتصادية ، فعلي سبيل المثال يوضح لنا الأقتصاد الجزئي كيفية اتخاذ المستهلكين لقرارتهم الشرائية وايضا كيف تستطيع هذه القرارات ان تؤثر علي مستويات الاسعار السائدة والدخول المتوقعة . وفي نفس الوقت يوضح لنا هذا العلم سلوك المشروع تجاه زيادة الانتاج او تحديده وكذلك زيادة التشغيل والحد الأمثل للعمالة المطلوبة والمواد الأولية المستخدمة لانتاج سلعة أو خدمة معينة .

ومن هنا نجد ان الأقتصاد الجزئي يساعدنا في فهم سبب زيادة عدد الصناعات الغذائية في الأقتصاد المصري في خلال الربع قرن الأخير وسبب اتساع سوق تلك المنتجات وأنتشار المطاعم التي تقدم وجبات الغذاء السريع (البيتزا ، البرجر وغير ذلك).

وهذا ما يحدد لنا نطاق واطار هذا العلم

أ - تعريف ونطاق علم الأقتصاد الجزئي :

يمكن تعريف علم الاقتصاد الجزئي بأنه أحد العلوم الأنسانية التي تهتم اساسا بسلوك الأنسان علي اعتبار انه المحرك الاساسي للأنشطة الأقتصادية سواء تعلق الأمر بكونه مستهلك يمثل جانب الطلب علي السلع والخدمات او منتج يمثل جانب عرض السلع والخدمات ولذلك يهتم الأقتصاد الجزئي

بدراسة متطلبات الأنسان وحاجاته وكيفيه اشباعها وكيفية استغلال طاقاته أقصى استغلال ومع ذلك يمكن القول ان" ليس كل ما يتمناه الفرد [illegible] بمعنى اننا لا نستطيع الحصول علي كل ما نتمناه ، بل يتوقف [illegible] علي حدود الأمكانيات المتاحة لكل منا ، وهذه حقيقة مؤكدة ، حيث ان هناك حدود قصوي لامكانيات كل منا بحيث لا يستطيع ايا منا ان يتخطاها . ولذلك اصبحت هذه الحدود هي العقبات التي يحاول الأقتصاديون تخفيف حدتها .

ومن ثم نجد ان تلك القيود هي اساس المشكلة الأقتصادية التي تواجه جميع الوحدات الأقتصادية . وهي ايضا منار اهتمام اقتصاديو التحليل الجزئي . حيث تدور معظم دراسات الأقتصاد الجزئي حول محدودية الدخول الخاصة بقطاع المستهلكين اي الدخل الذي يوجه للأنفاق علي السلع والخدمات ، ولذلك يطلق علي محدوديه الدخل **قيد الميزانية** ، لان المحدودية ينشأ عنها تغيير قدرة المستهلك في مواجهة متطلباته السلعية والخدمية اي تغيير حريتة في الأنفاق للحصول علي احتياجاته . نفس الشئ بالنسبة للمشروع الذي يجد نفسه مقيد في سبيل الحصول علي المدخلات الاساسية للأنتاج نظرا لمحدودية موارده المالية

ولذلك يعني **الاقتصاد الجزئي** [illegible] التي يمكن من خلالها معالجة مشكلة قدرة الموارد المتاحة امام تزايد الأحتياجات المطلوبة وهذا ما يطلق

عليه **مصطلح الترشيد** La Rationalite اي كيفية الأستخدام الأمثل للموارد المتاحة باعلي كفاءة ممكنة . فعلي سبيل المثال يوضح الأقتصاد الجزئي كيفية ترشيد المستهلك لأنفاقه الاستهلاكي بحيث يستطيع المواءمة بين امكانياته واحتياجاته ، وايضا كيفية ترشيد المنتج لقراراته الاستثمارية في اطار موارده المالية المحدودة .

ففي الأقتصاديات التي تخضع للخطيط المركزي الشامل (الاشتراكية) مثل كوبا وكوريا الشمالية ، تقوم الدولة بهذه المهمة حيث تحدد نوعية وكمية الانتاج من السلع والخدمات وكذلك اعداد العاملين ، و ساعات العمل اليومية ، وفي نفس الوقت نجد ان جمهور المستهلكين لا يكون امامه فرصة كبيرة للأختيار حيث تقل نوعية السلع العروضة وايضا تقل فاعلية الأدوات الأقتصادية في ترشيد القرارات الجزئية .

اما بالنسبة للأقتصاديات التي تخضع لأليات السوق ، فإن قرارات المستهلكين والمنتجين ، تصبح المحرك الاساسي للأنشطة الأقتصادية ويزداد فيها اهمية استخدام ادوات التحليل الأقتصادي الجزئي التي تهدف الي مواجهة اهم ابعاد المشكلة الأقتصادية الا وهي الندرة النسبية .

٢- المشكلة الأقتصادية

تعاني جميع اقتصاديات العالم ، علي أختلاف درجة تقدمها وثرائها ، من المشكلة الأقتصادية والتي تنبع اساسا من ندرة أحد أو معظم الموارد الأقتصادية المتاحة [١] بالنسبة للأحتياجات المطلوبة ، بمعني ان الأقتصاديات المختلفة تتعرض دائما لمشكلة الندرة سواء من حيث الموارد الطبيعية أو المالية ، البشرية .

وبذلك تنشأ المشكلة الأقتصادية من

موارد أقتصادية محدودة — احتياجات بشرية متعددة ومتزايده

وهذا معناه وجود ندرة نسبية للموارد الأقتصادية المتاحة وعجزها من تلبيه الأحتياجات المطلوبة . **فعلي سبيل المثال تعاني الدول المتقدمة من نقص في الموارد الطبيعية الخاصة بالطاقة (بترول ، غاز طبيعي) بالنسبة للأحتياجات الصناعية أو الاستهلاكية، ولذلك تقوم هذه الدول باستيراد هذه الموارد النادرة نسبيا من الدول البترولية . نفس الشئ يمكن ان يقال علي الدول العربية البترولية والتي تعاني من نقص المورد البشري الفني (المهارات والخبرات والكوادر الفنية) بالنسبة لاحتياجاتها التنموية . ولذلك تلجأ هذه الدول الي الأستعانة بهذه النوعية من العمالة من بعض الدول العربية والدول**

(١)وتتمثل الموارد الأقتصادية في الموارد الطبيعية اي الاراضي وما في باطنها وما فوقها والمواد البشرية والمواد المختلفة وهي نتاج تفاعل العنصر البشري مع الطبيعة .

الأوروبية والاسيوية . وايضا نجد ان مشكلة الأقتصاد القومي هي مشكلة عجز الموارد المالية عن تمويل الاستثمارات المرجوة مما أدي الي زيادة مشكلة المديونية الخارجية والداخلية .

ومن ثم نجد ان عامل الندرة هو المحدد الاساسي للمشكلة الأقتصادية التي تتعرض لها الأقتصاديات المختلفة .

٣- مفهوم الندرة : La Rarété

يمكن تعريف الندرة النسبية لاي مورد أقتصاي أو لاي سلعة أوخدمة بأنها الفرق بين الأحتياجات المرجوة وبين الموارد المتاحة والضرورية لاشباع تلك الأحتياجات .

الندرة النسبية = الاحتياجات المطلوبة - الموارد المتاحة لاشباع تلك الاحتياجات = - ندرة نسبية

فالعلاقة السالبة تعني ان هناك حالة ندرة نسبية اي ندرة المورد بالنسبة للحاجة المطلوبة . وبذلك نجد ان الندرة حالة نسبية وليست مطلقة، حيث تعكس لنا - كما سبق وذكرنا ندرة الموارد الاقتصادية (مواد أولية وطاقة - مياة - أراضي زراعية - أراضي بناء أو عنصر العمل أو رأس المال) بالنسبة للأحتياجات المتزايدة في صورة (غذاء - ملبس - مسكن - وسائل مواصلات - وسائل اتصالات - تعليم - صحة - ثقافة - ترفية الي غير ذلك) وتنبع نسبية الندرة لانها اختلاف بالنسبة للحاجة اليه .

وهنا نجد ان قانون الندرة يعكس لنا نسبيه الندرة أي أختلافها من شخص لآخر وايضا من دولة لأخري ، فالسلعة التي تكون نادرة بالنسبة لأحد نظرا لشدة احتياجه اليها وعجز دخله عن حصوله علي الكمية المطلوبة منها قد لا تمثل أي مشكلة بالنسبة لغيره من الأشخاص لعدم حاجته لها . فالدواء المرتفع الثمن يبرز مشكلة الندرة النسبية بالنسبة للمريض محدود الدخل في حين لا يمثل أي مشكلة للشخص السليم والذي لا يحتاج اليه . أي ان الندرة تتوقف علي درجة الاحتياج وعلي الأمكانيات المتوفرة لمقابلة هذا الاحتياج .

وهذا يقودنا الي تعريف الأحتياج أو الحاجات

٤- مفهوم الاحتياجات Les necessité

مما لا شك فيه ان لكل فرد احتياجات أو رغبات يسعي لاشباعها بالوسائل المادية أو المعنوية . وتنبع تلك الأحتياجات من الشعور بالحرمان المصحوب بالرغبة في الحصول علي وسائل اشباع تلك الأحتياجات .

وتخضع هذه الأحتياجات للعديد من المفاهيم :

- **المفهوم الفسيولوجي للحاجة والذي يفسر - علي سبيل المثال عدد السعرات الحرارية التي يحتاجها الأنسان يوميا لكي يستمر في الحياة .**

- المفهوم الاجتماعي والذي يحدد لنا المستوي الاجتماعي والبيئي والوسط الذي ينتمي اليه الفرد .

- المفهوم المعنوي والذي يحدد البيئة والوسط التعليمي والثقافي الذي يتطلبه الفرد .

ونود ان نشير أن التطور الأقتصادي والاجتماعي السريع وزيادة تطور المدينة والحضارة يؤدي الي تزايد تلك الحاجات ، ويجعل الوسائل التي يستخدمها الانسان لاشباع احتياجاته محدودة نسبيا ، حيث يعيش الانسان في عالم تسوده الندرة . ولذلك فأن الموارد التي يستخدمها قد تكون غير كافية لاشباع كل حاجاته التي تنمو بمعدل أسرع من معدل نمو موارده وخصوصا ان الوقت اللازم لتنمية الموارد يعتبر هو الاخر مورد هام ونادر.

وهنا قد يثار تساؤل هام :

ما هي الوسائل التي يمكن استخدامها للتخفيف من مشكلة الندرة النسبية للموارد الاقتصادية المتاحة؟

وللاجابة علي هذا التساؤل ، فلابد للألتجاء الي استخدام مبدأ الأختيارات الاقتصادية ، بمعني انه من اجل تحقيق اشباع او هدف معين ، لابد من التضحية بأهداف أخري، فلا يستطيع الانسان تحقيق كل اهدافه في

نفس الوقت نظرا لمحدودية الوسائل وندرة الوقت ، فكل اختيار ينتج عنه اذن تضحية وهي التكلفة التي يطلق عليها تكلفة الفرصة البديلة ، كما سنري فيما بعد . فعلي سبيل المثال عندما يشتري الفرد حذاء فانه يتخلي عن الاشباع الذي يمكن ان يحققه له شراء قميص مثلا . **وتكلفة الفرصة البديلة** هي التكلفة الحقيقية التي يتحملها الفرد أو المجتمع الذي يمارس اختيار معين من العديد من التصرفات المختلفة الممكنة ، ومعني ذلك أن تكلفة الفرصة البديلة هي قيمة السلع والخدمات التي لا يمكن انتاجها في مكان آخر حيث ان الموارد المستخدمة لا تكون متاحة بالقدر اللازم للاستعملات الاخري .

ويمكن الاشارة الي ان ندرة وسائل اشباع الحاجات والاختيار بين الاهداف وتكلفة الفرصة البديلة هذه الافكار الثلاثة تسمح لنا بفهم وقود النشاط الاقتصادي حيث أن ميكانيكية الاقتصاد والانسان ليست الا سلسلة تكون لا نهائية للتغيرات القوية والمعقدة لمسألة واضحة واساسية كما ان جميع المراحل في حياتنا المعاصرة تتكون من عدد من القرارات المتماثلة التي تستخدم في تحقيق التوازن بين الوسائل والحاجات، وانطلاقا من هذه النقطة فأننا نستخدم دخولنا وتدير اعمالنا وننظم انتاجنا ونقوم بتوزيع وقتنا بين العمل والفراغ والنعاس واليقظة .

٥- التنظيم الاقتصادي :

تستطيع الادارة الاقتصادية مواجهة مشكلة الندرة من خلال استخدام العديد من الاجراءات .

الاجراء الاول : ويكون من خلال الاجراءات السيادية التي تترجم في شكل قرارات السلطات العامة بتحديد نوعية وكمية الانتاج وايضا الفن الانتاجي المستخدم سواء تعلق الامر بالايدي العاملة أو رأس المال الفني ، فضلا عن تحديد مستويات الأجور وعوائد عوامل الانتاج الاخرى وأسعار المنتجات النهائية .

وتعتبر هذه العملية في الاقتصاديات الصناعية من أعقد العمليات الخاصة بالادارة الاقتصادية وذلك لتداخل متغيراتها المختلفة . لذلك تلجأ كثيرا من الدول الى الاستعانة بالخطط الاقتصادية من أجل استمرارية زيادة كفاءة اجهزتها الانتاجية .

كما أن التخطيط المركزي الشامل مازال هو الاساس في عمليات الادارة الاقتصادية بالنقنية للدول الاشتراكية حيث تخضع جميع المتغيرات الاقتصادية لمتطلبات الخطة ، كما تظل الدولة هي مركز القرارات المركزية التي تلتزم بها لوحدات الاقتصادية كأمر نهائي .

اما الاجزاء الثاني : فانه يتعلق بترك الحرية في اتخاذ القرارات المتعلقة بنوعية وكمية الانتاج للوحدات الاقتصادية، وفي هذه الحالة فان السعر سوف يتحدد طبقا لميكانيزم السوق حيث يلعب الطلب الكلي دورا هاما في هذا المجال وفي هذه الحالة ونظرا لتعدد وكثرة المشروعات التي قد تكون مستقلة تماما عن بعضها البعض فيما يتعلق بتنظيماتها وقراراتها الاقتصادية ، فعادة ما يغلب علي الادارة الاقتصادية الطابع اللامركزي . وقد يتبادر الي الذهن أن هذه اللامركزية قد تقود في بادئ الامر الي تضارب في القرارات مما يهدد بحدوث فوضي اقتصادية ناتجة عن غياب تدخل السلطات العامة، فقد لا تكون السلعة المنتجة هي نفسها السلعة المطلوبة من جانب الوحدات الاقتصادية الاخري . الا أن هذه المشاكل يمكن مواجهتها وحلها بسهولة من خلال دراسات السوق والاستفادة من نتائج الوقائع الاقتصادية السابقة .

ويطلق علي هذا النظام اقتصاد السوق أو نظام المشروع الحر، وهو النظام المتبع أساسا في الاقتصاديات الرأسمالية حيث يتزايد فيها دور القطاع الخاص واهمية الملكية الخاصة . ولذلك تعمد الدولة الي ترك مزيد من الحرية لمنظمي هذه المشروعات فيما يتعلق بقراراتهم الانتاجية والتسويقية والتسعيرية هذا علي الرغم من تواجد القطاع العام سواء المنشأ من قبل الدولة أو المؤمم لاعتبارات اقتصادية وسياسية .

ويتناول علم الاقتصاد تلك النظم واسلوب تشغيل الاقتصاديات القومية وطريقة اتخاذ القرارات الاقتصادية فيما يتعلق بالانتاج والاستهلاك والمبادلة .

(أ) مفهوم الانتاج :

ان عمليات الانتاج تتكون من مزج العوامل الطبيعية او الادوات الفنية (رأس المال) مع العمل من اجل الحصول علي السلع والخدمات اللازمة للاستهلاك . ويشتمل الانتاج علي العمليات التحويلية وعلي العمليات اللازمة لنقل الموارد الاقتصادية .

والمعروف أن السلعة الاقتصادية تكون ذات قدرة علي إشباع حاجة انسانية وتكون متاحة من اجل هذا الاستخدام . وهناك ثلاثة شروط ينبغي توافرها حتي يمكن ان توجد السلعة الاقتصادية وهي :

- وجود حاجة واقعية لدي الفرد وعلاقة وطيدة بالنسبة لهذا الفرد بين الحاجة والشئ (سلعة أو خدمة) الذي يقدر تماما أنه سوف يسهم في اشباع الحاجة .
- امكانية الفرد في الحصول علي وسيلة الاشباع واستخدامها .
- تحديد الكمية المتاحة بالنسبة لحاجات الفرد .

كما ان عمليات الانتاج والتبادل ليست لها أي معني ومغزي اقتصادي الا بالنظر الي السلع والوسائل النادرة . وبالنسبة للسلع الحرة فانها موجودة بوفرة وكميات تفوق الحاجة اليها . ولذلك فهي لا تسبب اي مشكلة اقتصادية ، حيث لا يترتب علي استخدامها التضحية بأي نوع من أنواع الاستخدامات البديلة: فالهواء علي سبيل المثال ، يعتبر سلعة حرة وليس سلعة اقتصادية . ويمكن القول أن محدودية السلع يمكن أن ترجع الي الاسباب الطبيعية (كندرة المعادن النفسية) أو لاسباب قانونية (كتحديد صيد الاسماك والحيوانات) أو دينية(مثال: عبادة الابقار في الهند وتحريم ذبحه مما يؤدي الي نقص انتاج اللحوم في الهند وفي العالم بأسره حيث يمثل انتاج البقر في الهند نسبة كبيرة من الانتاج العالمي).

ويمكن تعريف الانتاج بانه عملية خلق المنافع للسلع والخدمات او زيادتها لذلك تختص العملية الانتاجية بالسلع المادية والخدمات غير المادية.

ومنذ فترة كان الفكر الاقتصادي يستبعد الخدمات من مجال الانتاج ومع ذلك فان هذه الخدمات كانت تساهم في اشباع الحاجات الانسانية ، كما كانت تعتبر مرغوبة من جانب الافراد مما دفع ذلك الي ممارسة النشاط الانتاجي لزيادة انتاجهم من الخدمات والتي اصبحت تساهم علي قدم المساواه مع السلع - في اشباع الحاجات الانسانية بدرجة كبيرة لا يمكن انكارها . لذلك يصعب بل يستحيل أن لا يعتبر عمل منتج ذلك العمل

الانساني الذي يؤدي الي خلق الخدمات الجديدة او زيادة عدد الخدمات القائمة او تطورها طالما أن ذلك يساهم بدرجة أكبر في اشباع الحاجات الانسانية . لذلك يمكن القول ان كل عمل يؤدي الي خلق منفعة يعتبر عمل منتج وينطبق ذلك علي كل من السلع والخدمات .

ويمكن تعريف المنفعة بأنها قدرة السلعة او الخدمة علي اشباع حاجة انسانية .

لذلك يمكن القول ان السلعة او الخدمة تعتبر نافعة طالما انها مرغوبة من جانب المستهلك. ولا تكون هذه السلعة أو الخدمة مرغوبة في هذه الحالة الا اذا شعر المستهلك بأنها تساهم في اشباع حاجاته وكلما زادت درجة الاشباع المتحققة من هذه السلعة كلما زادت منفعتها .

ويمكن التمييز بين نوعين اساسيين من السلع والخدمات :

- السلع والخدمات الاستهلاكية او النهائية وهي التي تساهم مباشرة في اشباع حاجات المستهلكين (الخبز).

- السلع والخدمات الانتاجية او الغير مباشرة والتي تستخدم في المرحلة الاولي في العملية الانتاجية من أجل إنتاج السلع الاستهلاكية (الألات والادوات الانتاجية).

ويمكن تقسيم السلع الانتاجية والسلع الاستهلاكية بدورها الي مجموعتين:

- السلع ذات الاستخدام الوحيد وهي السلع التي تفنى باستهلاكها او استخدامها مرة واحدة (الخبز والكهرباء) وتعرف بأسم السلع الغير معمرة.

- السلع ذات الاستخدام المعمر حيث يمتد استخدامها لفترة من الزمن (المنازل - الملابس - السيارات - الالات).

ويعتبر هذا التمييز علي درجة كبيرة من الاهمية من وجهة نظر الاستقرار الاقتصادي ، فبينما انتاج السلع وحيدة الاستعمال "غير المعمرة" يساهم في اشباع الطلب الاستهلاكي المنتظم ، فاننا نجد ان انتاج السلع المعمرة يكون أكثر تقلبا والحاجة لشراء هذه السلع تكون اكثر تغيرا .

(ب) المبادلات :

هي العمليات التي من خلالها يتبادل الافراد فيما بينهم السلع والخدمات القادرة علي اشباع حاجاتهم الخاصة . ويعتبر كل فرد في نفس الوقت منتج ومستهلك للخدمات . فبائع الخبز ايضا مشتري للحوم ومستهلك للخدمات الطبية والثقافية والتعليمية ....الخ .

وتتوقف عملية التبادل علي درجة التخصص في الانشطة الاقتصادية

وتزداد درجة تعقدها كلما ازدادت درجة تقسيم العمل والذي أدي الي زيادة المبادلات التي أصبحت سهلة نتيجة استخدام النقود حيث تعتبر المبادلات المباشرة (المقايضة) عملية لا تساعد علي زيادة المبادلات والذي حل محلها نظام المبادلات غير المباشرة حيث تؤدي النقود الي زيادة مرونة العمليات الاقتصادية .

(ج) الاستهلاك :

ان عملية الاستهلاك هي المرحلة المكملة لاشباع الحاجات وتعني انهاء لوجود السلع والخدمات، فعلي سبيل المثال يتم أكل الطعام أي استهلاكه عندما يشعر الانسان بالجوع ويتوقف عن الاكل عندما تخف حدة جوعه ، وايضا ينتهي العرض السينمائي طالما ان رغبتنا للمشاهدة تكون قد أشبعت(١) .

وتستبدل السيارة بأخري عندما تقطع قدر معين من آلاف الكيلو مترات ، وبالنسبة للسلع الاستهلاكية المعمرة أو غير المعمرة والتي تفني باستغلالها او استخدامها مرة واحدة او علي عدة مرات نجد أن هناك نوعا يعرف بسلع المتعة الفنية او التسلية مثل اللوحات الفنية او الاثار او المخطوطات النادرة الي غير ذلك ... له صفة الدوام او الاستمرار في اشباع نوعية معينة من احتياجاتنا .

---

(١) فعلي سبيل المثال قد يتوقف عرض الافلام بعد ٣اسابيع وقد يمتد عرض الاخر الي ٦شهور وهكذا فقلة المترددين علي السينما يوميا يفسر عدم الرغبة في استمرار عرض الفيلم.

٦- الاختيار وتكلفة الفرصة البديلة :

يعتبر الاختيار من أهم الأسس التي يعتمد عليها القرار الاقتصادي سواء كان هذا القرار من جانب الفرد والقطاع . وهذا الاختيار هو الأساس الذي من خلاله يمكن مواجهة مشكلة الندرة الاقتصادية . وخصوصا أن عملية الاختيار تنطوي علي تضحية معينة وهذه التضحية من وجهة النظر الاقتصادية تمثل نوعا من التكلفة . والتي يطلق عليها تكلفة الفرصة البديلة Le cout d'opportunité .

وكما سنري - فيما بعد - فعلي سبيل المثال ، إذا كان الفرد لا يملك إلا خمسة جنيهات تمكنه إما من شراء ساندوتش أو أيس كريم، فإن اختياره للأيس كريم سوف يجعله يضحي بالساندوتش أو العكس - وهذا يعكس لنا أنه سوف يتخلي عن الاشباع الذي يمكن أن يحققه له الساندوتش في سبيل إرواء ظمأه بشراء الأيس كريم مثلا : وتختلف تكلفة الفرصة البديلة حسب الظروف ، وذلك لأن هذه التكلفة تعتمد علي البدائل وبذلك فهي تعكس اختيار البديل الأفضل .

وبذلك نجد أن تكلفة الفرصة البديلة هي التكلفة الحقيقية التي يتحملها الفرد أو المجتمع الذي يفضل اختيار معين من بين العديد من الأختيارات المتاحة له . ومعني هذا أن تكلفة الفرصة البديلة بالنسبة للمجتمع . تتمثل

في قيمة السلع والخدمات التي لا يمكن إنتاجها في مكان آخر. لعدم توافر الموارد المطلوبة لإنتاجها .

٧- تكلفة الفرصة البديلة والقرار الاقتصادي :

إن مبدأ تكلفة الفرصة البديلة يعتبر المبدأ الأساسي الأول للتحليل الاقتصادي ، حيث يوضح ويفسر لنا طبيعة عملية الاختيار عندما يتعلق الأمر بما يجب انتاجه باستخدام الموارد المتاحة والنادرة نسبيا بالقدر الذي يشبع الحاجات المتعددة ويحقق لها أقصي اشباع ممكن .

ولتوضيح ذلك فنفترض أن الاقتصاد القومي يخصص موارده الاقتصادية "بشرية - مواد أولية - معدات وآلات ... الخ" لانتاج سلعتين فقط وهما :

- سلع مدنية وسلع عسكرية .
- ولنفرض أيضا أن الكمية المنتجة من كل من المجموعتين تتحقق كل ٣ شهور .
- ولنفرض أنه امكن إنتاج ٥٠ ألف وحدة من السلع المدنية فإنه لا يمكن إنتـــاج شئ من السلع العســكرية والعكس إذا أمكن إنتـــاج ٥٠,٠٠٠وحدة من السلع العسكرية فلابد أن يتوقف إنتاج السلع المدنية . كما ان هناك احتمال ثالث ألا وهو انتاج كميات مختلفة من

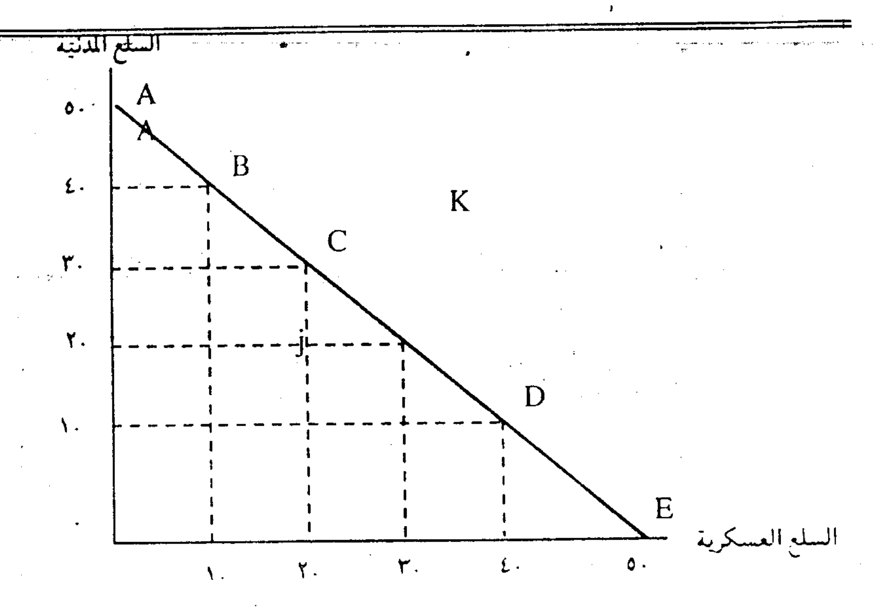
السلعتين وهنا نجد أن الامكانيات المختلفة لانتاج السلعتين تنحصر في الآتي : .

جدول امكانيات إنتاج كل من السلع المدنية والعسكرية بالألف وحدة .

السلع المدنية	السلع العسكرية
٥٠	٠
٤٠	١٠
٣٠	٢٠
٢٠	٣٠
١٠	٤٠
٠	٥٠

ويمكننا تصوير هذه البيانات بيانيا وذلك ممثلة في الشكل الآتي

بأن تقوم برسم محورين أحدهما رأسي والآخر أفقي ثم تحدد العدد الممكن أنتاجه من السلع المدنية علي المحور الرأسي والعدد الممكن انتاجه من السلع العسكرية علي المحور الأفقي وبذلك سوف تحصل علي العديد من النقاط التي مثل لنا الكمية الممكنة انتاجها من السلعتين حسب الجدول السابق وهو جدول امكانيات الإنتاج الذي يمكن تمثيله بيانيا كما يلي :



منحني امكانات الإنتاج

من الرسم السابق نجد أن النقطة A تحدد لنا عدد الوحدات الممكن انتاجها من السلع المدنية عندما يتخلي الاقتصاد القومي عن انتاج السلع العسكرية . اما النقطة E فتبين لنا عدد الوحدات الممكن انتاجها من السلع العسكرية في حالة تخلي الاقتصاد القومي عن إنتاج أي وحدة من السلع المدنية .

وبذلك نجد أن A, E تحديد لنا امكانية الموارد الاقتصادية لإنتاج أقصي كمية ممكنة من سلعة واحدة فقط سواء كانت سلع مدنية أو عسكرية .

-وذلك بعكس النقاط B,C,D حيث أن كلا منها توضح لنا الكمية الممكن انتاجها من كل هاتان السلعتان الاساسيتان للحيا: .

- ولكننا نجد أن النقطة A توضح لنا أقصي كمية منتجة من السلع المدنية وهي ٥٠,٠٠٠وحدة و النقطة E توضح لنا أقصي كمية من السلع العسكرية وهي ٥٠,٠٠٠وحدة .

من المثال العادي السابق وايضا الرسم البياني يتضح لنا أن تكلفة الفرصة البديلة لإنتاج أي وحدة اضافية من السلعتين هو مقدار الانخفاض في انتاج السلعة الأخري ولذلك يطلق علي المنحني AE منحني "امكانية الانتاج أو منحني التحويل أو حدود الانتاج ".

ويتسم هذا المنحني بالسمات الآتية :

١- يمثل هذا المنحني كل امكانيات الانتاج المتاحة للاقتصاد القومي حيث تكون الموارد المتاحة في حالة تشغيل كامل أواستغلال أمثل وأن كل مجموعة من السلع تقع علي الخط AE تعتبر من السلع التي يمكن انتاجها (حيث تسمح الإمكانيات المتاحة بانتاجها) ألا أن هناك مجموعة من السلع التي يترتب علي انتاجها ضياع لبعض أو لجزء من الموارد المتاحة (عدم استخدامها استخدام أمثل) فعلي سبيل المثال نجد أن النقطة J توضح لنا

امكانية إنتاج ۲۰,۰۰۰ وحدة من السلع المدنية ۲۰,۰۰۰وحدة من السلع العسكرية علي الرغم من انه يمكن في نفس الوقت إنتاج ۲۰,۰۰۰وحدة من المدنية ۳۰,۰۰۰وحدة من العسكرية وذلك طبقا لجدول امكانية الانتاج وإذا أمكن انتاج ۲۰,۰۰۰ وحدة من السلع العسكرية فينبغي إنتاج ۳۰,۰۰۰ وحدة من المدنية ، وهنا نجد أن النقطة J تمثل لنا تبديد وإسراف في استخدام الموارد بما يعادل ۱۰,۰۰۰من السلع المدنية أو يعادل ۱۰,۰۰۰ وحدة من السلع العسكرية .

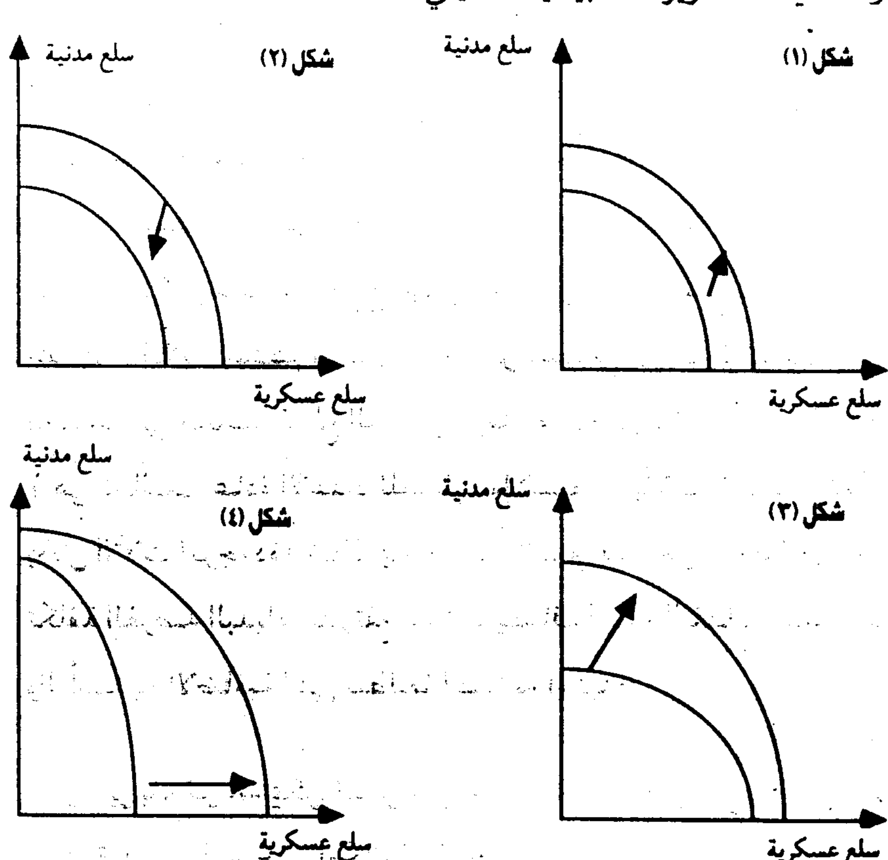
٢- أن ميل منحني حدود الانتاج يقيس لنا تكلفة الفرصة البديلة للانتاج الاضافي لأي سلعة من السلعتين . ولتوضيح ذلك نفترض أنه عند النقطة A يستطيع الاقتصاد القومي إنتاج ٥٠,٠٠٠ وحدة من السلع المدنية دون أن ينتج غيرها من السلع الأخري ، إذا قررت الادارة الاقتصادية إنتاج ٤٠,٠٠٠وحدة من السلع العسكرية فإن النقطة D تحدد لنا الكمية المنتجة من السلع المدنية في هذه الحالة والتي سوف تنخفض من ٥٠,٠٠٠الي ١٠,٠٠٠ وحدة فقط، وهذا معناه تخفيض انتاج السلع المدنية بمقدار ٤٠,٠٠٠وحدة وبوجه اخر يمكن القول أن تكلفة الفرصة البديلة لـ١٠,٠٠٠وحدة من السلع العسكرية هي ١٠,٠٠٠ وحدة من السلع المدنية.

٣- ونلاحظ أنه عندما ننتقل من نقطة الي نقطة أخري علي طول المنحني فإننا لا نحصل دائما علي نفس مقدار التكلفة للفرصة البديلة ، وأن تكلفة السلع المدنية في صورة إنتاج سلع عسكرية ليست حقيقية مهما كانت الكمية المنتجة من السلعتين حيث أن تكلفة الفرصة البديلة تكون ثابتة إذا كان منحني امكانية الانتاج يأخذ الشكل المستقيم .

٤- إلا أن فرض ثبات تكلفة الفرصة البديلة ، ليس فرض واقعي، حيث أنه يفترض اساسا أن الموارد المتاحة(البشرية - طبيعية- التمويلية) والتي تستخدم في صناعة السلع المدنية ، يمكن استخدامها نفسها وبنفس الكفاءة وبنفس التسهيلات في إنتاج السلع العسكرية ، ألا أن الحقيقة أنه في اللحظة التي يزيد فيها إنتاج السلع العسكرية علي حساب إنتاج السلع المدنية ، فلابد للمنظم أن يقوم بتحويل المصانع أو اعادة تدريب الأيدي العاملة علي صناعة السلع العسكرية وهذا معناه أن هناك تكاليف اضافية (هي تكاليف اعادة الاعداد للعاملين والاستعانة بآلات جديدة أو تعديل بعض الآلات الموجودة) تتطلبها صناعة السلع العسكرية وهذا معناه أن تكلفة الفرصة البديلة سترتفع حيث سيضاف اليها النفقات التشغيلية والرأسمالية الاضافية التي تتطلبها الصناعة الجديدة .

وجدير بالذكر أنه يمكن قياس تكلفة الفرصة البديلة للإنتاج الاضافي عن طريق قياس ميل منحني امكانية الانتاج .

٥- أن منحني امكانية الانتاج يعكس لنا حدود اختيار ومفاضلة الاقتصاد القومي بين فروع الانتاج المختلفة وذلك في خلال فترة زمنية محددة ولتكن عام كما يعكس هذا المنحني أيضا ، الحالة الفنية والامكانيات المتاحة للاقتصاد القومي خلال هذه الفترة عن أن أي تعديل أو تغير في المتغيرات الاقتصادية السائدة لابد أن يؤثر علي شكل هذا المنحني ولذلك يمكنا تصوير ذلك بيانيا كما يلي :-



من الرسم السابق يتضح ما يلي :

- زيادة الموارد الاقتصادية المتاحة وترشيد استخدامها من شأنه زيادة الطاقة الانتاجية للاقتصاد القومي ، ومن ثم انتقال منحني امكانية الانتاج الي أعلي لزيادة قدرة الاقتصاد القومي علي زيادة انتاجه . وهذا ما يتضح من الشكل(١).

- أن انخفاض الموارد الاقتصادية المتاحة (بسبب الكوارث الطبيعية أو غيرها) يؤدي الي انخفاض الطاقة الانتاجية للاقتصاد ومن ثم ينتقل منحني امكانية الانتاج إلي أسفل شكل (٢).

- أن الشكل (٣) يوضح لنا مدي اسهام التقدم في الفن الإنتاجي من زيادة القدرات والطاقات الانتاجية للتوسع في انتاج السلع المدنية .

- أما الشكل (٤) فيوضح لنا حالة التقدم الفني في صناعة السلع العسكرية بالقدر الذي يقلل من الفاقد الاقتصادي ويرفع معدل انتاجية العمال والقوي العاملة بصفة عامة مما يؤدي إلي انتقال منحني الانتاج الي أعلي .

ومن ثم فإن عملية الاختيار مرتبطة أساسا بالمشكلة الاقتصادية التي تحدد بـــــ

حاجات متعددة ومتزايدة ومتشابكة	ندرة في الموارد الكفيلة بأشباع الحاجات

ونظرا لأن الندرة تحدد لنا طبيعة الموارد والسلع ،فهذا يقودنا الي ضرورة التمييز بين نوعين من السلع .

أ- السلع الحرة :

هي السلع التي توجد بوفرة وبكميات لا نهائية، وفي هذه الحالة لا توجد مشكلة اقتصادية علي الاطلاق بحيث يستطيع كل فرد الحصول علي تلك السلعة والكميات التي يرغبها ولذلك يطلق علي السلع الحرة السلع غير الاقتصادية ، أي غير النادرة نظرا لوفرة عرضها بنسبة أكبر من الحاجة إليها. وتتمثل في ماء البحار والمحيطات ورمال الصحاري ،والهواء المحيط بنا في الجو ، إلي غير ذلك . ولذلك فهي لا تسبب أي مشكلة اقتصادية .

وتتسم السلع الحرة بأنها :

١- سلع ليس لها قيمة إقتصادية .

٢- لا تخضع لنظام التسعير وإن كانت فائدتها كبيرة بالنسبة للإنسان حيث ترتبط بحياته .

٣- يستطيع المستهلك الحصول علي كل احتياجاته منها بدون أي مقابل ، حيث أن الاستمتاع بها لا يتطلب وجود قوي شرائية أو مستوي إجتماعي أو حضاري معين .

٤- لا يترتب علي استخدامها التضحية بأي نوع من أنواع الاستخدامات البديلة .

وجدير بالذكر أن هذه السلع تخرج من نطاق اهتمام علم الاقتصاد لأن هذا العلم مهتم فقط بالموارد الاقتصادية وبالسلع الاقتصادية .

وهنا نجد أن عامل الندرة هو المحدد الأساسي لطبيعة السلعة من حيث كونها حرة أو لا .

ب- السلع الاقتصادية :

تعتبر السلعة إقتصادية إذا كانت نادرة بالنسبة لمعدل الطلب عليها ولذلك يتطلب الأمر ترشيد استهلاكها لأنها لابد أن تنتج بمساعدة الموارد

الاقتصادية (عمل - أرض - رأس مال) والتي يتسم عرضها أيضا بالندرة النسبية ، فعلي سبيل المثال نجد أن صناعة السيارات ، يدخل في إنتاجها الحديد والصلب والمطاط والزجاج والجلود ، فضلا عن التجهيز الآلي المتقدم والاستعانة بالأيدي العاملة الفنية والمدربة (سواء تعلق الأمر بالعمال المهرة أو المهندسين والفنيين) . وهنا نجد أن أي صناعة تتطلب وجود صناعات لإمدادها ، باحتياجاتها الأساسية . ففي المثال السابق نجد أن صناعة السيارات تعتمد علي العديد من الصناعات التكميلية مثل صناعة الحديد والصلب وصناعة الاطارات وغير ذلك .

وبذلك تكون السلع الاقتصادية من قبل المخرجات (السلع تامة الصنع) التي تعتمد علي مدخلات (مواد أولية - عمال - رأس مال) معينة لإنتاجها . وبذلك نجد أن السلع الاقتصادية تتسم بعدة سمات أهمها :

١- لابد لوجود مدخلات أساسية لإنتاجها حيث أنها تمثل مخرجات الصناعة أو الزراعة ، أي أنها تمثل أحد المنتجات النهائية للأنشطة الاقتصادية .
٢- تخضع لنظام التسعير .
٣- أنها ذات قيمة اقتصادية يمكن قياسها من خلال المستوي العام للأسعار .

٤- تعتبر نادرة نسبيا بالنسبة للحاجة إليها مهما زادت الكميات المنتجة منها .

٥- تخضع لنظام ترشيد الاستهلاك أو الاستخدام لتفادي تفاقم مشكلة ندرتها .

٦- يترتب علي استخدامها التضحية بأي نوع من أنواع السلع البديلة

ويذلك نجد أن **كلمة اقتصاد** تعني اتباع إجراءات وخطوات معينة لمواجهة موقف محتمل حدوثه سواء في الوقت الراهن أو في المستقبل، وهذا الموقف يتعلق بما يعرف باسم : ندرة الموارد وتعني قلة هذه الموارد بالنسبة للحاجة إليها وهذا هو أساس المشكلة الاقتصادية بوضعها الراهن .

ولذلك فسوف نحاول في الاجزاء التالية شرح وتحديد أبعاد المشكلة الاقتصادية من خلال تحليل واقعي وليس افتراضي ، وذلك من خلال الاستعانة بأساليب التحليل الاقتصادي الجزئي .

وأخيرا وليس بآخر . فإن ندرة وسائل إشباع الحاجات والاختيار بين الأهداف وتكلفة الفرصة البديلة ، سوف يسمح لنا بفهم ميكانيكية النشاط الاقتصادي حيث أن ميكانيكية الاقتصاد ومتطلبات وحاجات الأفراد ليست إلا سلسلة لانهائية من المتغيرات الأساسية لحياتنا المعاصرة.

الخلاصة

نخلص مما تقدم أن علم الاقتصاد يهتم بدراسة ابعاد المشكلة الاقتصادية والعمل علي حل هذه المشكلة والتي تعتبر من أهم أسبابها ندرة الموارد الاقتصادية وتعدد الحاجات .

وينبغي أن نشير إلي أن المقصود بحل هذه المشكلة في نطاق علم الاقتصاد ، ليس هو تحقيق الاشباع الكامل لكافة الحاجات الانسانية المتعددة والمتشابكة والمعقدة ، وإنما المقصود هو كيفية تحقيق أقصي ما يمكن من الاشباع باستخدام هذه الموارد النادرة. كما يهتم هذا العلم أيضا بالعمل علي تنمية وتطوير هذه الموارد .

وتظهر المشكلة الاقتصادية في كافة المجتمعات مهما اختلفت انظمتها الاقتصادية ومهما اختلفت درجة تقدمها الاقتصادي إلا أنه لا يمكن انكار أن درجة حدتها تختلف باختلاف النظام الذي يسود أو يمكن أن يسود في المجتمع وباختلاف درجة التقدم الاقتصادي .

ويعتبر أسلوب التخطيط هو الأسلوب الأمثل في حالة حل هذه المشكلة بالنسبة للدولة النامية حيث يتطلب الأمر ضرورة تدخل الدولة ووجود سلطة مركزية تعمل علي تنظيم وتوزيع الموارد علي الاستخدامات المختلفة بعد

دراسة حاجات المجتمع المتعددة وترتيبها ترتيبا تنازليا حسب أهميتها ، تتم هذه العملية علي المستوي القومي الشامل وبذلك يمكن تحقيق أقصي قدر من الاشباع في ظل الموارد المحددة ، وقد استطاعت الهند تحقيق المعجزة الاقتصادية من خلال اتباعها هذا المسلك ، بالرغم من الدور الهام الذي يلعبه القطاع الخاص، فقد استطاعت تحقيق تقدم ملحوظ في جميع المجالات زراعة وصناعة واستطاعت تخفيض معدلات التضخم والبطالة وتحقيق نوع من النمو المتوازن .

ولقد تعرضنا في هذا الفصل لتحليل المفاهيم الأساسية لعلم الاقتصاد حتي نستطيع أن نتعرف علي المحددات الأساسية التي تساعد الاقتصادي أو الادارة الاقتصادية في اتخاذ القرارات التي تكفل له مواجهة المشاكل الاقتصادية التي يتعرض لها الاقتصاد القومي .

وهذه المفاهيم هي بمثابة أدوات اقتصادية ينبغي الاسترشاد بها عند دراسة أي قرار يتعلق بالمنتج أو المستهلك أو عند وضع خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع.

الفصل الثاني

- المنفعة الحدية والمنفعة الكلية

مقدمة :

من المعـروف ان هناك نوعين من السلع والخـدمات النوع الأول ويشـتـمل علي المنتجات النهائية، والنوع الثاني ويشتمل علي عوامل الانتاج وبالنسبة للسلع النهائيـة او المنتـجات النهـائيـة، فـهي تنتج بغـرض اشـباع حـاجـات المستـهلكين اي تنتج من اجل ان تعـرض عي المسـتـهلك النهـائي من خـلال الاسواق المختلفة لهذه النوعيـة من السلع والخدمات التي تحقق اقصي قـدر ممكن من الارباح ، في الوقت الذي يسعي فيه المستـهلك الي تحقيق اعظم قـدر من الاشـباعـات في اطار دخله المحـدود . ونظرا لان تعظيم اشـبـاعـات المستهلك الرشيد ترتبط اساسا بالعديد من الاعتبارات اهمها تعظيم المنفعة من استهلاك سلعة ما ، فان هذا يقودنا الي ضرورة تحليل تلك الفكرة.

١- تعريف المنفعة La définition de l'utilité

يترتب علي استهلاك اي سلعة تحقيق المستهلك لدرجة معينة من الاشباع ، وهذه الدرجة هي التي تحدد مستوي المنفعة Le niveau d'utilité ومن ثم يطلق علي الاشباع الذي يحققه اي مستهلك نتيجة استـهلاكه

مجموعة من السلع مصطلح المنفعة L'utilité وطبقا لهذا التعريف فان المنفعة تتعلق بسلعة معينة نسبية .

وطبقا لهذا المفهوم فان الامر يتعلق بالمنفعة المتحققه من سلعة معينة بالنسبة لشخص معين اي انها تمثل قيمة او فائدة شخصية وليست عامة حيث انها مرتبطة بمدي الاشباع او النفع الذي تحققه لمستهلك معين دون غيره لان كل فرد له وجهة نظر معينة ومتطلبات محددة ولذلك فالمنفعة والخدمات ذات خاصية شخصية .

ونظرا لان نطاق الاستهلاك لا ينحصر في سلعة واحدة بل عدد كبير جدا من السلع والخدمات فإن تحليلنا سوف يتناول المنفعة من حيث كونها منفعة المجموعة السلعية والخدمية المتاحة للمستهلك .

٢- المنفعة الحدية: L'utilité Marginale

يمكن تعريف المنفعة الحدية بأنها المنفعة المحققة من استهلاك وحدة اضافية من سلعة أو خدمة معينة أي منفعة الوحدة الاخيرة L'utilité de derniére unité من السلعة او الخدمة .

ولتوضيح الامر نفرض أن um1= المنفعة المحققة من استهلاك الوحدة الاولي من سلعة البيتزا مثلا ، فان um1 = مقدار الاشباع المحقق

للمستهلك من تناول القطعة الاولي من البيتزا .

وبذلك نجد أن :

المنفعة المحققة من القطعة الاولي من البيتزا = الاشباع المحقق من تناول هذه القطعة = um1

وهذا يعني ان الاشباع المتحقق من تناول القطعة الاولي من البيتزا قد استطاع ان يسد جزء من جوع المستهلك وكلما تناول غيرها من القطع كلما قلت درجة جوعه وكلما اقترب من الشبع او الاشباع الكامل . وبوجه آخر يمكن القول ان كل وحدة (قطعة) اضافية من البيتزا يقابلها انخفاض في رغبه المستهلك لمزيد من الطعام وهذا يؤكد ان كل وحدة (قطعة) اضافية من البتزا تمنح المستهلك قدر اقل مما تمنحه القطعة السابقة عليها (اي القطعة قبل الاضافية) وبذلك نجد ان المنفعة المتحققة من الوحدة الاضافية < المنفعة المحققة من الوحدة السابقة عليها (قبل الاضافية).

وهذا هو مضمون قانون تناقص المنفعة الحدية

La décroissance de L'utilité marginale

والذي نبه اليه هيرمان هيزش جوسن عام ١٨٥٤

Hermann Heinrich Gossen"

وقد عرف هذا القانون باسم القانون الأول لجوسن

La Premiere loi de Gossen

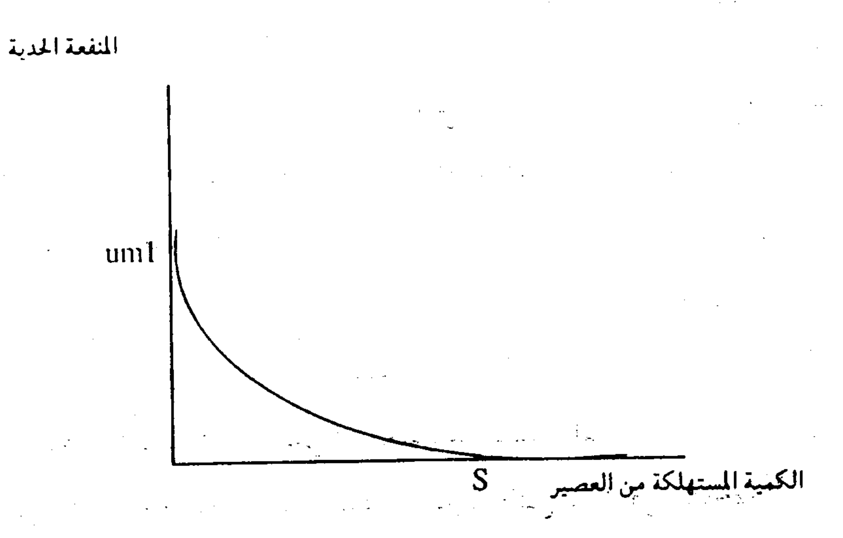
وقد استند هذا القانون علي حقيقة هامة ، الا وهي حالة التشبع الكامل التي يمكن ان يصل اليها المستهلك بعد استهلاكه لعدد معين من وحدات السلعة او لكمية معينة من السلعة . وهذه الحالة تمثل المرحلة التي يتوقف عندها الشخص عن استهلاك اي كمية اضافية من السلعة المتاحة له وذلك علي أعتبار ان هناك حدود قصوي للاشباع ، لا يمكن للمستهلك تجاوزها باي حال من الاحوال ولذلك افترض جوسن Gossen ان حالة الاشباع الكامل = S وان المنفعة الحدية = um

وبذلك فان المنفعة الحدية لمرحلة الاشباع الكامل = usm

وأن Usm = o

فعلي سبيل المثال، لو ان أحد لاعبي الاسكواش شعر بالعطش الشديد في وقت الاستراحة عقب الجولة الاولي وقبل بدء الجولة الثانية من المباراة ولذلك حرص علي تناول كوب من العصير المثلج حتي يواجه موجه العطش الشديد التي كادت توقف نشاطه . الا ان شدة العطش قد دفعته لتناول كوبا اخر حتي يرتوي ظمأه . وفي اثناء توجهه لأستئناف اللعب حرص علي تناول كوب ثالث من العصير لكي تمنحه مزيدا من النشاط ولان قيمة الكوب الثالث كانت أقل بكثير من قيمة الثاني وايضا لا يمكن مقارنتها باهمية وضرورية الكوب الأول . ومن ثم مهما حاول المدرب اغرائه علي تناول كوب

رابع فأنه يرفض ذلك تماما لان الكوب الرابع سوف لا يضيف اليه اي قيمة أو منفعة بل علي العكس قد يسبب له بعض الأضطرابات في المعدة من كثرة تناول السوائل عن الحد المطلوب وهذا ما سوف نوضحه بالرسم التالي :



من الرسم السابق تظهر المنفعة الحدية كدالة متناقصة للكمية المستهلكة من سلعة ماء بمعني انه كلما زادت الكمية المستهلكة بوحدة واحدة كلما انخفضت المنفعة الحدية للوحدة الاضافية من هذه السلعة .

وجدير بالذكر ان هذا التحليل يعكس لنا الاساس الذي يستند عليه قانون تناقص المنفعة الحدية . وهذا القانون يحدد الحد الأقصي من السلعة التي يتعين علي الفرد استهلاكه في خلال فترة زمنية معينة مع أفتراض بقاء الاشياء الاخري علي حالها - اي يحدد الزيادة الصغيرة للمنفعة الكلية

نتيجة استهلاك وحدة اضافية جديدة .

٣- القيمة مدخل المنفعة الحدية:

L'intérêt du concept d'utilité marginale

تنبع اهميـة هذا المدخل من انه يسمح لنا بتعميق مفهوم القيمة Le concept de valeur حيث يلعب تحديد قيمة المنتجات دورا هاما بالنسبة للمعاملات التجارية : حيث لا يمكن ان تتم تلك المعاملات الا اذا حصل اطراف التبادل علي نفس قيمة السلع والخدمات التي يقومون بانتاجها وتوزيعها . وهذا هو اساس نظرية القيمة La theorie de la waleur والتي استندت علي ان العمل هو مصدر القيمة، اي انها افترضت ان قيمة اي سلعة تتحدد بعدد ساعات العمل التي بذلت في انتاجها[١]

الا ان الكتاب النيوكلاسيك Les outeurs réoclassiques اعتبروا المنفعة الحدية l'utilité marginale وليس العمل هي اساس القيمة لاي سلعة أو خدمة .

فعلي سبيل المثال : لو كان امام أي مستهلك عدد (n) من الوحدات من احدي السلع فمن الطبيعي أن يوجه هذا المستهلك الوحدة الأولي للاستخدام الضروري جدا ثم يوجه الوحدة الثانية لسد الحاجة الهامة جدا ثم الثالثة

(١)وتعزي هذه النظرية الي الكتاب الكلاسيك وايضا كارل ماركس

لمواجهة المتطلبات الهامة ثم الرابعة لتلبية الاحتياج الأقل اهمية وهكذا .

وهنا نجد ان قيمة اي سلعة تتحدد من خلال حاجة المستهلك اليها اي من خلال المنفعة التي يحصل عليها نظير استهلاكه السلعة فلو افترضنا ان هذا المستهلك قد استهلك وحدة واحدة من المجموع (n) فان ما يتبقي له سوف يكون n-1 ، بحيث يمكن توجيه هذا العدد من الوحدات نحو اشباع المتبقي من الأحتياجات حسب اهميتها كما سبق وذكرنا - ومن ثم فأن كل وحدة من n-1 سوف تحقق جزء من الاشباع للمستهلك ، حتي نصل الي الوحدة الأخيرة من هذا العدد الذي كان متاح للمستهلك ومن ثم تصبح تلك الوحدة اقل اهمية للمستهلك لانها جاءت بعد استكمال المستهلك لاشباعاته عن طريق الوحدات السابقة عليها ومن ثم قيمة كل وحدة من وحدات السلعة يمكن ان تتحدد بالنسبة لقيمة الوحدة الاضافية .و بذلك تصبح قيمة اي وحدة من السلعة متساوية مع المنفعة الحدية لهذه السلعة .

قيمة الوحدة من سلعة ما = المنفعة الحدية للسلعة . حيث ان قيمة الوحدة الواحدة من سلعة ما تعتبر مؤشر هام لقيمة السلعة .

٤- المنفعة الكلية: L'utilité Totale

من المعروف انه يمكن تعويف منفعة اي سلعة بمقدار الاشباع الذي يمكن ان

تحققه هذه السلعة للمستهلك ، اي بمدي قدره هذه السلعة علي تلبيه احتياجات المستهلك . ولذا يتطلب الأمر تحديد المستهلك لرغباته وهذا يدفعنا الي ضرورة التمييز بين المنفعة الكلية l'utilité Totale وبين المنفعة الحدية l'utilité marginale

فاذا افترضنا ان المنفعة الكلية = U

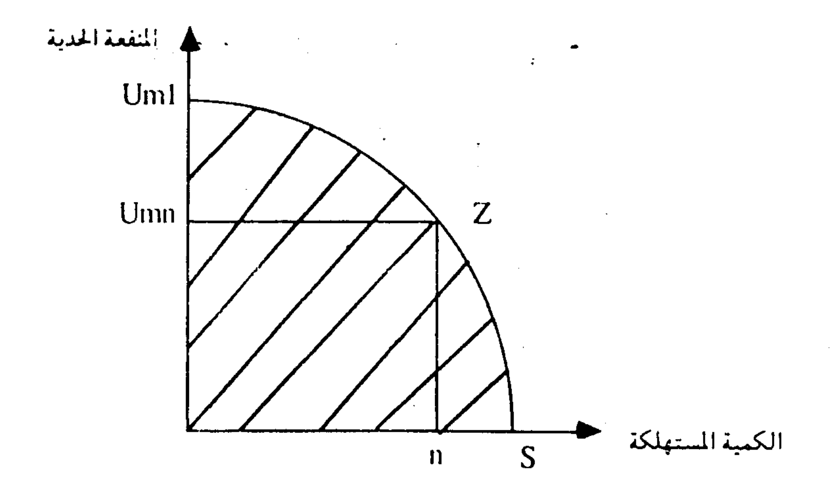
يمكننا القول ان المنفعة الكلية تساوي مجموع المنافع الخاصة بالعدد (n) من الوحدات . ففي حالة اللاعب السابق نجد ان المنفعة الكلية = حاصل جمع المنفعة المتحققة من شرب ٣ أكواب من العصير .

اي منفعة الكوب رقم ١ + منفعة الكوب رقم ٢ + منفعة الكوب رقم ٣ وتظل المنفعة الحدية هي منفعة الكوب رقم ٣ .

ويمكن التعبير عن المنفعة الكلية بالمعادلة التالية :

$$u = um_1 + um_2 + \ldots\ldots + um_n$$

اي ان المنفعة الكلية = مجموع المنافع الحدية للوحدات المستهلكة من سلعة ما ويمكننا تصوير ذلك بيانيا بالشكل التالي :



من الرسم السابق يتضح لنا التالي :

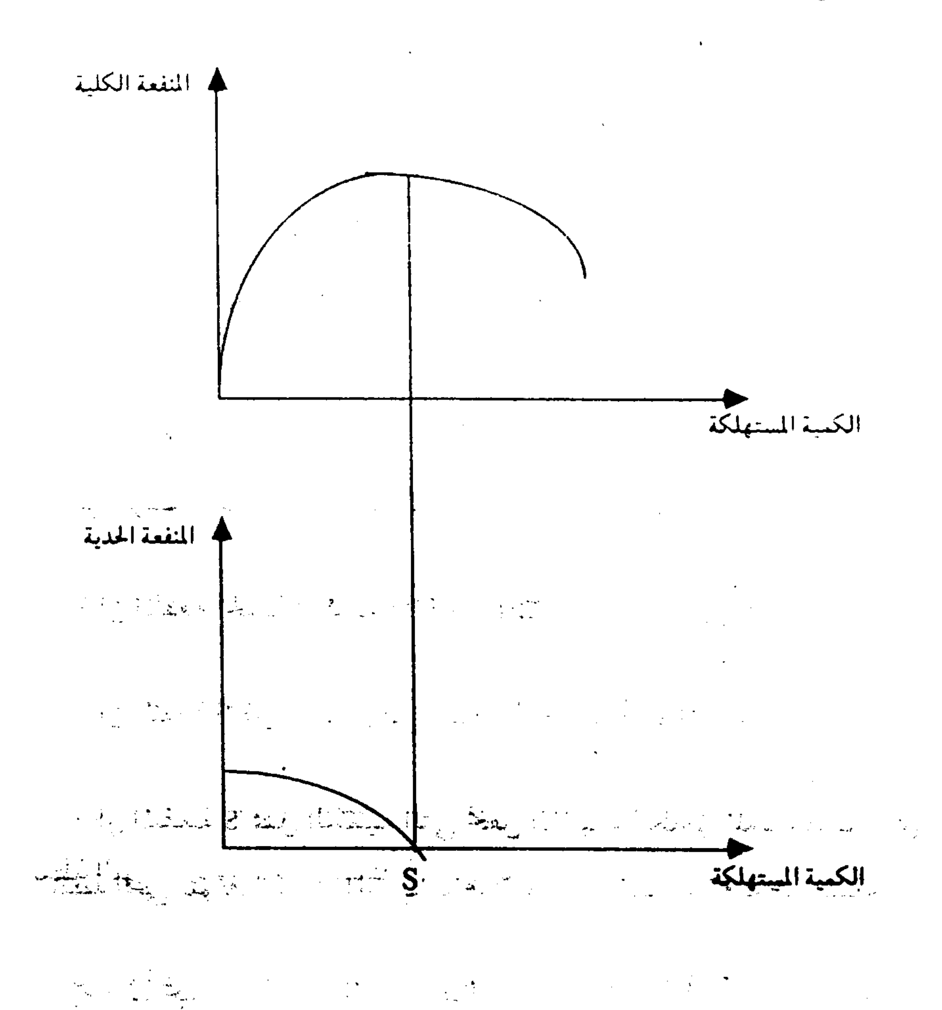
- أن المنفعة الحدية للكمية (n) هي umn

- ان المنفعة الكلية تتمثل في الشكل المخطط onzum1

- ان المنفعة s تمثل الكمية التي تحقق الاشباع الكامل للمستهلك . اي النقطة التي يتوقف عندها المستهلك عن طلب اي كمية اضافية من السلع .

ومن ثم نجد ان المنفعة الكلية تتزايد طالما كانت المنفعة الحدية موجبه ونظرا لان المنفعة الحدية تخضع لقانون تناقص المنفعة ، فان المنفعة الكلية

تتزايد مع زيادة الوحدات المستهلك من السلعة ولكن بمعدل متناقص حتي نصل هذه المنفعة الي اقصي حد ممكن حينما يصل المستهلك لنقطة الاشباع الكامل .



الخلاصة

يتلخص مفهوم المنفعة في وصف القوة الإشباعية للسلع والخدمات وخصوصا أن المنفعة المكتسبة من استهلاك سلعة معينة تعتمد أساسا علي الأذواق والتفضيلات وهنا يتعين التمييز بين المنفعة الكلية الناتجة من استهلاك السلعة وبين المنفعة الحدية الناتجة من استخدام وحدة إضافية من هذه السلعة .

١- لقد قام التحليل الحدي علي إمكانية قياس المنفعة باستخدام المقياس العددي أو الكمي .

٢- يتلخص قانون تناقص المنفعة الحدية في أنه كلما زادت الكمية المستهلكة من سلعة ما في خلال فترة معينة - كلما ازدادته المنفعة الكلية المتحققة للمستهلك ولكن بمعدل متناقص وكلما انخفضت المنفعة الخاصة بالوحدة المضافة من هذه السلعة .

٣- إن المنفعة الحدية ذات سمة شخصية لأن قوة إشباع الحاجة من خلال الاستهلاك تختلف من شخص لآخر. ولذلك لا يمكن مقارنة المنفعة المتحققة لأحد المستهلكين بالمنفعة المتحققة لمستهلك آخر. حيث تحكم كل منها اعتبارات خاصة بحدود الدخل ودرجة التفضيل .

٤- إن هدف المستهلك الخاص بتعظيم المنفعة محكوم بحدود دخله ولكن إذا لم توجد مشكلة الندرة أو عندما تكون في عالم لاتسوده الندرة فإن المنفعة يمكن تعظيمها من خلال استمرار استهلاك السلع حتي تصل منفعة الوحدة الاخيرة أو المضافة من كل سلعة إلي الصفر . أما في حالة وجود مشكلة الندرة فإنه يمكن تعظيم المنفعة في حالة ما إذا كانت الوحدة الأخيرة من كل سلعة متساوية مع قيمة الجنية الاخيرة الذي ينفق عليها . وبوجه آخر يمكن القول أن تعظيم المنفعة يتحقق في حالة ما إذا كانت :

$$\frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (١)}}{\text{سعر السلعة (١)}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (٢)}}{\text{سعر السلعة (٢)}}$$

٥- من خلال تحليل المنفعة يمكنا تصوير منحني الطلب الفردي حيث يمكنا ملاحظة تغير الكميات المطلوبة من السلعة تبعا لتغير مستويات أسعارها وهذا معناه انخفاض المنافع المكتسبة عند كل مستوي من مستويات الاستهلاك وهذا ما يتبلور في صورة وجود العديد من النقاط علي طول منحني الاستهلاك .

٦- إن هناك محددين لتكلفة الاستهلاك السعر النقدي للسلعة والسلعة الوقتي للسلعة حيث أن الأفراد الذين يحرصون تماما علي الوقت حيث يمثل الوقت بالنسبة لهم قيمة هامة ، فإنهم يفضلون السلع ذات السعر الأعلي والتي توفر لهم الوقت والعكس تماما .

٧- إن المستهلك الرشيد يحاول دائما تعظيم منفعته من خلال إعادة توزيع انفاق دخله علي مختلف السلع والخدمات ويستمر في هذه العملية حتي يصل إلي المركز التوازني وذلك من خلال تساوي المنافع الحدية للسلع مع المنفعة المضحي بها للنقود .

٨- إن قانون تناقص المنفعة الحدية يعني أن كل زيادة إضافية أو حدية من استهلاك سلعة معينة ينتج عنه إشباع أو منفعة تأخذ في الانخفاض التدريجي حتي تصل إلي الدرجة التي يرفض عندها المستهلك أن يضحي بوحدة النقود في سبيل الحصول علي وحدة إضافية من هذه السلعة . ولذلك لا يقبل المستهلك علي شراء أي وحدة إضافية من السلعة إلا إذا انخفض سعرها بدرجة أكبر من انخفاض منفعتها الحدية حتي لا تصبح المنفعة الحدية المضحي بها نتيجة انفاق وحدة النقود أكبر من المنفعة المتحصل عليها من استهلاك الوحدة الإضافية من السلعة .

٩- إلا أن هذا المبدأ لا ينطبق دائما علي جميع الأفراد وعلي جميع السلع ولكن يتواجد عندما تنتقل من الطلب الفردي إلي الطلب الكلي لسلعة أو لخدمة معينة حيث أن انخفاض السعر بالنسبة للسلعة أو الخدمة المعينة يؤدي إلي ظهور فئات جديدة من المستهلكين أو المشترين الحديين (أي الذين ينخفض دخولهم بدرجة تجعلهم عاجزين عن الحصول علي السلع بأسعارها العادية) والذين ينتهزون فرصة انخفاض الأسعار للحصول علي

احتياجاتهم وبذلك نجد أن هناك علاقة عكسية بين مستوي الأسعار والكمية المطلوبة من السلع والخدمات .

وبذلك نجد أنه إذا انخفضت أسعار السلعة مع بقاء الأشياء الأخري علي حالها فإن هذا قد يجعل المستهلك قادر علي شراء جميع الوحدات المعروضة من السلعة عند السعر الأقل . وهنا نقول أن المستهلك قد حصل علي فائض إضافي من استهلاكه وهذا الفائض يزداد كلما انخفض السعر .

الفصل الثالث

تفصيلات المستهلك

Les Préférences du cosommateur

مقدمة :

لقد حاول الأقتصاديون المعاصرون الأهتمام بتفصيلات المستهلك الرشيد، علي اساس ان هذه التفصيلات تنبع من اهمية السلع والخدمات بالنسبة لهذا المستهلك ولذلك أقتربت نظريتهم بالواقع اكثر ، لانها لم تغفل عامل الذوق كأحد محدودات اختيارات المستهلك الرشيد ، ومن ثم فقد استطاعت هذه النظرية تقويض الاساس الذي قام عليه التحليل الحدي لفكرة المنفعة . ومع ذلك لم تغفل نظرية التفصيلات اهمية المنفعة كأساس لتحديد مستوي التفصيلات واختيارات المستهلك .

ا - علاقة التفضيل الدقيق:

La Relation de strict preférencé

إذا افترضنا ان C تمثل مجموعة التوافيق من السلع المتاحة للاستهلاك النهائي، وايضا أن المستهلك يستطيع التمييز بين المجموعة الأولي C1 وبين

المجموعة الثانية C2 حسب تفصيلات لايا منهما . وهنا يتعين علي هذا المستهلك ان يلجأ الي استخدام علاقة التفضيل الدقيق كأساس للمفاضلة والاختيار بينهما بمعني كون ايهما افضل للمستهلك اي تعطيه قدر أفضل من الأشباع المتاح حسب ذوقه وهنا يمكن ان يكون تفصيل المستهلك طبقا لعلاقة التفصيل الدقيق اما أن :

$C1 < C2$

أو $C2 < C1$

فبالنسبة للفرض أو الاحتمال الأول (C1<C2) فأنه يعكس لنا أن C1 ليست مفضلة عن C2 بمعني ان المستهلك تقل رغبته في استهلاك C1 لانه لا يفضلها وفي نفس الوقت تزيد رغبته في استهلاك C2 لانها افضل بالنسبة له . اي ان هذا المستهلك يفضل C2 عن C1 ومن ثم فان :

$C1 < C2$

اي أن $C2 > C1$

ومع ذلك فأن علاقة التفضيل الدقيق تعتبر علاقة انعكاسية ومتعددة فأذا كانت :

$C1 > C2$

$C2 > C3$

$C1 > C3$

وهذا يعني انه في حالة تفضيل المستهلك للمجموعة C1 عن C2 فبطبيعة الحال يفضل C1 عن C3،

٢- علاقة التفضيل بالمعني الواسع:

La Relation de Préférence Au scns large

اذا كانت علاقة التفضيل الدقيق تعني تفضيل المستهلك سلعة علي الأخري بشكل محدد ، فعلي سبيل المثال نجد ان الشخص النباتي يفضل الاسماك بشكل مطلق بالنسبة لكل من اللحوم والطيور ، فأن التفضيل بالمعني الواسع قد توضح لنا بعض الحالات التي يكون تفضيل المستهلك متساوي بالنسبة لسلعتين او لمجموعتين من السلع اي يستوي الأمر بالنسبة للمستهلك ان يتناول لحوم مشوية أو طيور مشوية فالأمر بالنسبة له واحد اي انه لا يفضل اللحوم عن الطيور أو العكس فإيا منهما يتساوي بالنسبة له .

وهنا نرمز لهذه العلاقة بالرمز $\approx$ وإذا رمزنا إلي :

الدجاج المشوي =C1

اللحم المشوي = C2

فان العلاقة بين C1، C2 تعتبر علاقة سواء L'indifférence

بمعني ان كل منهما يمنحهم نفس القدر والمستوي من الاشباع والتذوق .

$$C1 \approx C2$$

وهنا يقال ان C1 تستوي مع Indifférent C2

أي يستوي لدي المستهلك حصوله علي ايا منهما دون الأخري طالما ان المجموعتان تحققان نفس الدرجة من الاشباعات او المنفعة وبذلك نجد ان علاقة السواء ما هي إلا علاقة تعادلية .

La Relation d'equivalence

بمعني ان C1 تعادل C2 (طبقا للمفهوم الرياضي)

ومن هذا المنطلق نجد ان علاقة التفضيل بالمعني الواسع تشتمل كل من التفضيل الدقيق وتفضيل السواء اي : $\succ$، $\approx$، $\succsim$

٣- ترتيب تفضيلات المستهلك :

Préardre des preference du consommateur

لقد سبق ورأينا ان تفضيلات المستهلك تعكس لنا ان درجة تفضيل المستهلك لسلعة او لمجموعة سلعية معينة تؤثر علي اختياره الفعلي للسلع والخدمات التي يستهلكها وهذا يؤكد علي اهمية ذوق المستهلك والذي يؤثر اساسا في اسلوب التفضيل الدقيق للمستهلك .

أما علاقة التفضيل الشامل فأنها تخضع لترتيب كامل لاختيارات المستهلك الرشيد. حيث يمكن ان ينطوي الأمر علي تفضيل سلعة او مجموعة سلعية عن الأخري أو قد يستوي الأمر بالنسبة للمستهلك لأيا من السلعتين .

وهناك بديهات تحكم اسلوب تفضيلات المستهلك .

ا- البديهية الاولي: Le Premier Axiome

ومن ثم فان ترتيب تفضيلات المستهلك الرشيد تعتمد اساسا علي درجة المنفعة التي تحققها ايا من السلع المتاحة للمستهلك ، بمعني ان تفضيل المستهلك لـ C1 عن C2 يكون اساسه ان المنفعة المحققة من C1 > المنفعة المحققة من C2

ب- البديهية الثانية: Le second Axiome

ونظرا لاختلاف المنفعة من سلعة لأخري ومن مجموعة سلعية لمجموعة أخري ، فلا يمكن ان تتساوي تفضيلات المستهلك فبالنسبة لايا منهما وهذا امر طبيعي للغاية . حيث يحدد هذا المستهلك تفضيلاته طبقا لدرجة المنفعة المحققة من كل منهما وهذا يجعله يحدد درجات اختياراته اي انه يبدأ بعمل اولويات لهذا التفضيل :

- التفضيل الأول ، فان لم يكن متاح ينتقل الي

- التفضيل الثاني فان لم يكن متاح ينتقل الي

- التفضيل الثالث فان لم يكن متاح ينتقل الي

- التفضيل الرابع .... وهكذا .

ج- البديهية الثالثة : Le Troisiéme Axiome

وتستند هذه البديهية علي حقيقة هامة الا وهي انه اذا كانت المجموعة C1 هي بداية تفضيل المستهلك ، اي انها المجموعة الأكثر تفضيلا بالنسبة له ، فأن كل توليفه تشتمل عليها Cn ، لان المجموعات المتاحة للمستهلك لابد ان تتضمن شريحة او نسبة من C1 الاكثر تفضيلا و تفضل

عن C2 وهذه البديهية هي التي تترجم لنا فرضية تحدب التفضيل L'hypothése de covexité des preférences

د- البديهية الرابعة: Le quateriéme Axiome

وتعتمد هذه البديهية علي انه في حالة تساوي المنفعة المحققة او مستوي الاشباع المتحقق للمستهلك من اختياره ايا من المجموعتان السلعيتان ، C1 ، C2 فأن تفضيلاته سوف تبني علي اساس اختيار متوسط المجموعتين اي عدد محدد من كل مجموعة فعلي سبيل المثال لو كنا بصدد قائمتين من قوائم الطعام **القائمة الأولي C1 تشتمل علي :**

- دواجن مشوية
- خضار سوتيه
- سلطة خضراء
- فواكة
- مياة معدنية

والقائمة الثانية C2 تشتمل علي :

- **لحوم مشوية**
- **مكرونه**
- **سلطة طحينة**

- ايس كريم
- كوكا كولا

فيمكن لهذا المستهلك ان يختار الدواجن المشوية + السلطة الخضراء من C1 ثم يختار المكرونة والايس كريم وكوكا كولا من C2

وهذا هو اساس فرضية شدة تحدب التفضيل

L'hypothése de covexité forte des preférences

هـ- البديهية الخامسة: Le cinquiéme Axiome

تنبع هذه البديهية من عدم وجود حدود قصوي لمطالب البشر . بمعني ان الانسان يتطلع دائما نحو الافضل ولا يقتنع بما يؤول له من وسائل مختلفة للاشباع اي انه من الصعب اشباع الرغبة للاستهلاك بصفة عامة وهذه هي طبيعة البشر.

ان الرغبة في استهلاك سلعة معينة يمكن ان تشبع بالكامل مثل الرغبة في شرب العصير مثلا فهناك حدود قصوي لها ، بمعني ان هناك عدد من الأكواب التي يشربها الفرد بحيث يصبح مشبعا تماما . وكذلك تناول عدد معين من قطع البيتزا تجعل الفرد غير قادر علي تناول المزيد لوصوله لنقطة

الاشباع الكامل تجاه البتيزا .

إن احتياجات ومتطلبات الفرد نهائية اي لا حدود لها ، بمعني ان تطلق الي الوصول لمستويات من الرفاهية تجعله يتخطي الحدود العادية للاشباع فمطالب وطموحات الانسان لا حدود لها بالنسبة للمتاح له فالذي لدية مشقة فاخرة يتطلع لان يسكن في فيلا رائعة واذا توافرت له الفلا يتطلع الي امتلاك قصر وهكذا . وهذا هو اساس المشكلة الاقتصادية الموارد المحدودة والمتطلبات الغير محدودة . وفي نفس الوقت توصلنا هذه البديهية الي فرضية عدم التشبع Le non saturation

وهنا لابد من التمييز بين عدم التشبع بالمفهوم الواسع وعدم التشبع بالمفهوم الضيق فبالنسبة لعدم التشبع بالمفهوم الواسع non saturation au sens fort معناه عدم شعور الفرد بالتشبع من سلعة معينة، بمعني ان كل وحدة اضافية يستهلكها الفرد من هذه السلعة تمنحه دائما درجة اضافية من الإشباع .

اما عدم التشبع بالمفهوم الضيق non- saturation au sens faible

فأن المستهلك يستطيع ان يصل الي مرحلة التشبع بالنسبة لاحدي السلع من بين المجموعة المتاحة وليس كل مفردات المجموعة السلعية .

وهذا يقودنا الي ضرورة تحليل مفهوم المنفعة والتي من خلالها يتحدد درجة تفضيل المستهلك الرشيد .

٣- مفهوم المنفعة العددية والمنفعة الترتيبية :
Utilité cardinale et utilité ordinale

لقد ساد النظرية لاقتصادية الجزئية La théorie microéconomique اتجاهين اساسين لتقييم تفضيلات المستهلك هما :

- تقييم التفضيلات طبقا للمفهوم العددي للمنفعة Cardinale Utilité
- تقييم التفضيلات طبقا للمفهوم الترتيبي للمنفعة Ordinale Utilité

ا- عددية المنفعة : Cardinale de l'utilité

يعتبر هذا المفهوم هو اساس اول نظرية لتقييم التفضيلات ، بمعني انه سبق مفهوم ترتيبية المنفعة وتوافر هذا المفهوم في نهاية القرن الـ ١٩ حيث افترض الاقتصاديون امكانية قياس المنفعة بصورة كمية شأنها في ذلك شأن الأوزان والأطوال .

ويستند هذا الفكر علي ان المستهلك يستطيع ان يعبر بوحدات رقمية عن المنفعة التي يستمدها من سلعة أو من كل مجموعة من السلع وبمعني اخر ان

المستهلك يتصرف طبقا لفكرة "المقياس العددي للمنفعة Mesure Cardinale " والتي تتضح من الجدول التالي :

كمية الأيس كريم بالوحدات	درجة الأشباع أو المنفعة
١	٥
٢	١٠
٣	٢٠
٤	٢٥

ويتضح من الجدول ان المستهلك عندما يمتلك ٢ بول boll من الايس كريم فان المنفعة التي يحصل عليها تتضاعف بالمقارنة بحالة استهلاك بول boll واحد من السلعة والمنفعة التي يحصل عليها من استهلاك ٤ بول من السلعة خمسة اضعاف مما يحصل عليه من منفعة عند استهلاكه بول من الايس كريم ولكن يبدو طبعا بل مستحيلا ان المستهلك يستطيع ان يقدر تقديرا رقميا لوحدات المنفعة التي يستطيع ان يستمدها من استهلاكه لوحدات مختلفة من السلعة . وهذا هو السبب الذي من أجله نجد أن الاقتصاديين الجدد لا يقبلون الا فكرة قدرة المستهلك علي التقييم الترتيبي

للمنفعة Evaluation ordinale de l'utilité لعدم قدرته على التقييم العددي ، ولذلك فان لكل مستهلك نظام يعكس ذوقه وتفضيلاته بين السلع او المجموعات السلعية ويعكس العمود الثاني بالجدول " نظام تفضيل المستهلك " .

واذا سلمنا بهذا المنطق ، فان حساب المنفعة يصبح امر غاية في السهولة ومن ثم فان كلما كانت عدد وحدات المنفعة المحققة من سلعة او مجموعة سلعية اكبر ، كلما استطاع المستهلك ان يحقق درجة اشباع اعلي او اعظم .

ولذلك فقد اثبتت التجارب عدم واقعية هذا المفهوم لحساب وتقييم المنفعة المحققة من استهلاك عدد معين من وحدات السلعة او المجموعة السلعية . **وخصوصا ان المنفعة ذات طبيعة شخصية اي تختلف من شخص لأخر، وهذا يعوق حسابها او تحديدها رقميا اي عدديا . فعلي سبيل المثال فالماس تتضاعف منفعته بالنسبة لطبيعة اجتماعية معينة لانه يرتبط بالوجاهة الاجتماعية وبالشكل الاجتماعي وبالرفاهية الاجتماعية ايضا كأحد الاحجار الكريمة التي ترصع بها المجوهرات ، ويحقق اشباع معين بالنسبة لهذه الطبقة الاجتماعية المميزة ، في حين انه لا يعني اي شئ بالنسبة لعامل البناء الذي يحتاج الي عدد معين من ارغفة العيش ليسد جوعه في كل وجبة ومن ثم فاذا كانت منفعة قيراط الماس تمنح النسبة الرقمية ١٠٠ وحدة منفعية اي درجة تشبع كامل فأنها لا تمنح هذا العامل الجائع أي منفعة ويتطلع بشغف**

الي الوجبة السريعة وان كانت مكوناتها من السلع الدنيا وذلك لكي يواجه بها الجوع الذي يكاد يفترسه بعد يوم شاق من العمل المفني وهنا فان الماس يعطيه صفر منفعة في حين ان الخبز +الجبن وخلافة يمنحاه اقصي اشباع يمكن اي اعلي منفعة محققة .

وهذا يجعل المستهلك لايكترث اطلاقا بعدد وحدات المنفعة بقدر اهتمامه بدرجاتها او قيمتها النسبية بالنسبة لاحتياجاته الضرورية او الكمالية (كما سبق واوضحنا في المثال السابق).

ومن هذا المنطلق، نجد ان هناك محددات زمنية ايضا للمنفعة ، فلو افترضنا ان هذه السيدة الراقية والتي تتحلي بخاتم من الماس وزنه قيراط او اكثر ، تعطلت سيارتها ليلا في مكان نائي وظلت يومين كاملين في هذا المكان بدون طعام او شراب فأن منفعة زجاجة المياة او السندوتش التي تحتاج اليه ستكون اضعاف اضعاف منفعة الماس حيث ان الماس كان يمنحها اشباع اجتماعي اما منفعة الطعام والشراب فانها تساوي الحياة بالنسبة لها ومن ثم من المستحيل تحديد تلك المنفعة في صورة رقمية لانها شخصية وزمنية في نفس الوقت اي تختلف من شخص لاخر ومن زمن لاخر بالنسبة لنفس الشخص .

ب- المفهوم الترتيبي للمنفعة:

La Conception ordinale de l'utilité

يستند هذا المفهوم علي عدم اهمية التقييم العددي للمنفعة المحققة للمستهلك ، من استهلاك سلعة معينة او مجموعة سلعية ، بل ان الواقع يفرض علي هذا المستهلك ترتيب هذه السلع طبقا لأهميتها أو للمنفعة المحققة منها حسب ذوقه ودرجة تفضيلات ومقدار احتياجاته .

وجدير بالذكر ان المفهوم الترتيبي للمنفعة يرتبط اساسا برشادة المستهلك
La Rationnalité de cosommatieur

فعلي سبيل المثال لو كانت المنفعة المتحققة للمستهلك من شرب كوب من البيبسي كولا اكبر من تلك المنفعة المحققة له من تناول بولة bol من الايس كريم ففي هذه الحالة، سيفضل المستهلك كوب البيبسي لانه يروي ظمأه ويشعره بالانتعاش بدرجة أكبر من تناول البول .

ولو افترضنا ان المستهلك يفضل البيبسي عن الايس كريم وفي نفس الوقت يفضل الأيس كريم عن المياة المعدنية فأنه لابد ان يفضل البيبسي عن المياة المعدنية وهذا يؤكد ان تفضيلات المستهلك منطقية ومتعدية .

وطبقا لهذا المفهوم الاكثر واقعية لايمكن القول ان المنفعة المحققة من البيبسي كولا تعتبر ضعف المنفعة المحققة من الأيس كريم وان المنفعة المحققة من الأيس كريم ٣ أضعاف المنفعة المحققة من المياة المعدنية مثلما هو الحال بالنسبة للمفهوم الكمي للمنفعة بل يمكن القول ان :

البيبسي كولا هي الاكثر تفضيلا من الأيس كريم

والأيس كريم هو الأكثر تفضيلا من المياة المعدنية

وبذلك فأن البيبسي كولا هي الاكثر تفضيلا من المياة المعدنية .

ومن هذا المنطلق ، يمكن القول أنه من السهل تحديد توازن المستهلك طبقا لمبدأ ترتيب التفضيلات اي ترتيب المنفعة في اطار ذوق وتفضيل المستهلك الرشيد وهذا هو اساس فكره تحديد المنفعة من خلال منحنيات تفضيل المستهلك الرشيد بمعني قدرة المستهلك ترتيب اختياراته طبقا لمستوي الاشباع الذي يحصل عليه من مختلف كميات السلع التي تتضمنها دالة المنفعة .

٤- دالة المنفعة Fonction d'utilite

يمكن تعريف دالة المنفعة بأنها تعبير رياضي يعكس لنا نظام تفضيل المستهلك والذي يتم من خلاله تصنيف السلع المختلفة حسب المنفعة المحققة من كل منها . ومن ثم فأن المستهلك الرشيد، يسعي دائما الي الحصول علي

اقصي قدر ممكن من الاشباع اي يسعي الي تعظيم منفعته، وهنا يواجه بمشكلة كيفية تعظيم دالة المنفعة .

Maximisation de la fonction d'utilité

وبذلك فأن دالة المنفعة ما هي الا انعكاس للعلاقة بين عدد الوحدات المستهلكة من سلعة ما او مجموعة سلعية وبين درجة الاشباع المتحققة للمستهلك . ويمكننا التعبير عن الدالة بالمعادلة التالية .

دالة المنفعة = مستوي الاشباع المنحقق للمستهلك = U

عدد الوحدات المستهلكه من السلعة $QA=A$

عدد الوحدات المستهلكه من السلعة $QB = B$

$$U= f\ (QA, QB)$$

وهذا يعني ان مستوي الاشباع الذي يحققه المستهلك يتوقف علي الكميات المستهلكه من السلعة A والسلعة B اي ان المنفعة المتحققة دالة للكميات المستهلكة من المجموعتين السلعيتين B, A

أ- السمات المميزة لدالة المنفعة:

Propriétés de la fonctions d'utilité -

طبقا للنظرية الاقتصادية الجزئية

La thoeorié microéconomique

فأن دالة المنفعة تتسم بسمتين اساسيتين :

- انها دالة متصلة، بمعني انها لا يمكن ان تتغير من قيمة الي قيمة أخري دون ان تأخذ في الاعتبار كل القيم والمتغيرات الوسيطة الا ان هذا الفرض غير واقعي، حيث يصعب تقسيم الكميات المستهلكه من كل سلعة الي عهد لا نهائي ، فإذا كان يسهل ذلك بالنسبة للسلعة التي تخضع لنظام الوزن (سكر - ارز- منتجات البان - لحوم الي غير ذلك) فأن ذلك يصعب بالنسبة للسلع المعمرة (السيارات - الثلاجات - الغسالات - الي غير ذلك) .

- أنها دالة محدبة Concave او شبه محدبة Quasi concave وهذا يرتبط بمبدأ التعظيم La Maximisation ، بمعني ان هناك مجموعة من السلع تتسم بقدرتها علي تعظيم اشباعات المستهلك .

وعلي اساس هذة الفروض فأنه يمكن تحديد منحنيات السواء Les courbes d'indifférences وايضا خريطة السواء La carte d'indifférences بالنسبة لكل مستهلك واذا اخذنا في الاعتبار دالة المنفعة البسيطة (والتي يمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية)

$$U(QA, QB) = QA \cdot QB$$

فان كل منحني من منحنيات السواء يشتمل علي مجموعة من النقاط التالية :

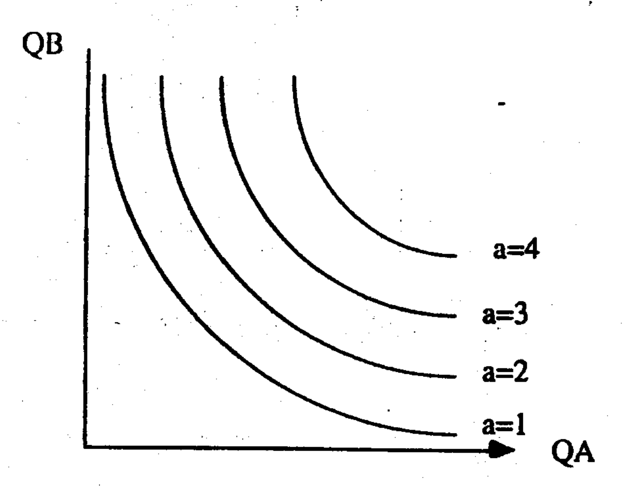
$$U(QA.QB) = a$$

حيث ان : a = كم ثابت .

ومن ثم يمكننا تحديد منحني سواء لكل قيمة من القيم الخاصة بـ a

مثل : $QB = \frac{a}{QA}$

ولتوضيح ذلك بيانيا فسوف نعرض الشكل التالي :



وبذلك فان دالة المنفعة U

$$U= F(QA, QB)$$

ومع ذلك فقد يلجأ المستهلك الي تغيير هيكل استهلاكه وذلك من خلال تغيير الكميات المستهلكة من كل من المجموعة A والمجموعة B وهذا يتطلب ضرورة قياس درجة التغير في المنفعة الكلية نتيجة لتغير الكميات المستهلكة من كل مجموعة .

وقد يترتب علي هذا الوضع وجود مشكلة عامة تتطلب ضرورة تحديد اثر التغير في احد المتغيرات d'une variable وليكن (x) علي الصورة النهائية لاختيار المستهلك (Y) ويمكن التعبير عن ذلك رياضيا

$$Y= f(x)$$

واذا افترضنا ان :

التغير في المعامل x = dx

التغير في المعامل y =dy

فأن حل المشكلة يتبلور في تصورنا للمشتقة فاذا كانت المشتقة

la dérivée

$$f'(x)$$

للدالة f(x)

يمكن كتابتها كالتالي :

$$f'(x) = \frac{df(x)}{d(x)}$$

وهذا يتساوي مع :

$$f'(x) = \frac{d(y)}{d(x)}$$

وبذلك نجـد ان تأثيـر (اي اثر L'impact) dy والذي نبـحث عنه

يتمثل في :

$$dy = f'(x) . dx$$

ولما كانت المشتقة f'(x) ladérivée يمكن ان تأخذ الشكل التالي :

$$f'(x)=\frac{d(f)}{d(x)}$$

فأن اثر dy اي المؤثر dy يمكن ان يأخذ الشكل الأتي :

$$dy = \frac{d(f)}{d(x)} \quad dx$$

ومن ثم فان المؤثر dy اي اثر dy يصبح نتيجة لاختلاف المتغير بأختلاف المشتقة بالنسبة لهذا المتغير ولا يختلف الامر بالنسبة للدالة في حالة وجود اكثر من متغير .

$$y=f(x1,x2.......xn)$$

ومن ثم يمكننا الوصول الي تفاضل (تباين)dy ، حيث ان التغير المتناهي الصغر في الدالة يقابله تغير مماثل في المتغير وهذا معناه ان التفاضل ما هو الا معدل التغير في الدالة كنتيجة وكأثر للتغيير في احد المتغيرات التي ترتبط بها كما هو موضح في المعادلة التالية :

$$dy=\frac{df}{dx1}dx1+\frac{df}{dx2}dx2.....+\frac{df}{dxn}dxn$$

ونتيجة لذلك يصبح دالة المنفعة

$$U= U(QA,QB)$$

ومن ثم يمكن قياس اثر التغيرات الكلية في الاستهلاك علي دالة المنفعة الكلية وذلك من خلال تفاضل du لدالة المنفعة ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية :

$$dy=\frac{du}{dQA}dQA+\frac{du}{dQB}dQB$$

٥- دالة المنفعة طبقا لفون نيومان - مورجنستيرن

La fonction d'utilité de von neumann - morgestern

لقد ظهرت هذه الدالة عام(١٩٤٤) وذلك من خلال اعمال فون نيومان von neumann واوسكار مورجنستيرن osuar morgestern بأعتبارها أساس تحليل السلوك الأقتصادي Comportement économiques في اطار نظرية المباريات théorie des jeux وتستند هذه الدالة علي اساس العلاقة بين المنفعة التي يحققها المستهلك وبين سلوكه

تجاه المخاطر المحتملة وهذا يضيف الي مدخل المنفعة بعدا اضافيا وخصوصا ان هناك ثلاث احتمالات يمكن ان يسلكها المستهلك تجاه المخاطر المحتملة :

- **التردد** : La réticence

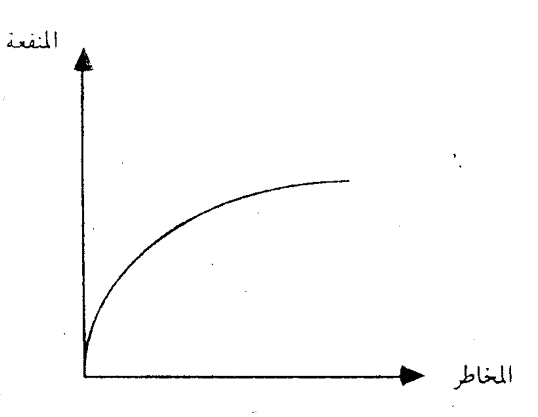
وهنا يحاول المستهلك تفادي المخاطر هذا يترجم لنا نفور المستهلك من المخاطر المحتملة L'aversion au risv

- **الانجـذاب** L'attractiun وهنا نجد المستهلك يفضل مواجهة المخاطر اي لدية روح المخاطرة في سبيل تعظيم المنافع المحتملة او المتوقعة

-**عدم الشعور** L'insensibilté بدرجة المخاطر المحتملة وهنا يمكنه القول بأن موقف المستهلك تجاه المخاطر موقف حيادي

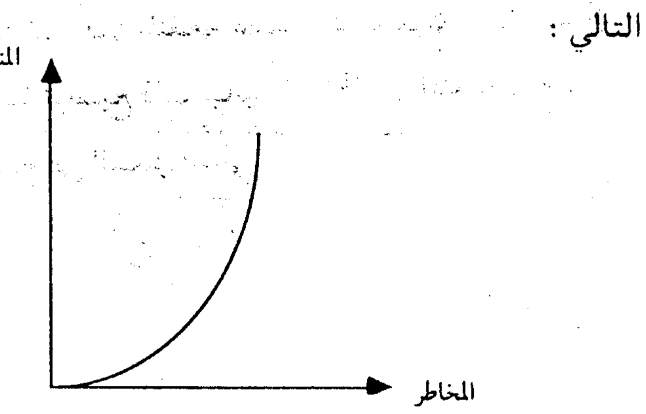
La neutrealité face au risque

ولتفسير هذا السلوك ، فأن المنفعة تصبح دالة لسلوك المستهلك تجاه المخاطر المحتملة ويمكننا توضيح ذلك بيانيا في اطار ان المنفعة دالة لدرجة المخاطر . كما هو موضح في الشكل التالي :



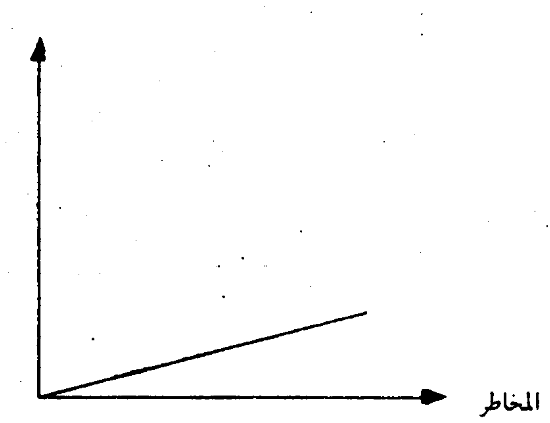
وهنا نجد انه في حالة نفور المستهلك من احتمالات المخاطر فان دالة المنفعة تكون مقعرة Concave ، بمعني انه كلما زادت درجة المخاطر ، كلما ضعفت قيمة المنفعة الحدية للمستهلك .

اما لو كان المستهلك يفضل تحمل المخاطر فأن دالة المنفعة تأخذ الشكل التالي :



وهنا نجد أن منحني المنفعة يأخذ الشكل المحدب .

واخيرا اذا كان موقف المستهلك تجاه المخاطر موقف محايد اي انه لا يعبأ بالمخاطر ولا يتجاهلها في نفس الوقت ، فأن دالة المنفعة تأخذ الشكل التالي :



وبذلك نجد ان دالة نيومان - مورجنسترن Neumann Morgen-stern دالة تأخذ في الاعتبار سلوكيات المستهلك تجاه درجة المخاطر المحتملة وهذا ، تجاهله التحليل الحدي للمنفعة ، ومن ثم فأن هذه الدالة ، قد مهدت للأهتمام بعامل هام جدا في التحليل الأقتصادي وهو عامل عدم التيقن d'incertitude وضرورة الاخذ في الأعتبار للمخاطر المحتملة .

ا- مفهوم عدم التيق: Le concept d'incertitude

إذا افترضنا أن : المنفعة = U

وطبقا للنظرية النيوكلاسكية فأن هدف المستهلك الرشيد هو تعظيم هذه المنفعة . ولما كانت هذه المنفعة مرتبطة بدرجة المخاطر طبقا لدالة نيرمان - مورجنسترن ، فأن المستهلك لابد أن يواجه بحالة من عدم التيقن L'incertitude

وهنا لابد ان نضيف الي النظرية النيوكلاسيكية عامل هام ، اي متغير هام ، الا وهو الأحتمالات المختلفة التي يمكن أن تواجه المستهلك عندما يسعي لتعظيم منفعته ، بحيث يمكن لهذه الأحتمالات ان تؤثر علي درجة المنفعة الممكن تحقيقها للمستهلك .

ومن هذا المنطلق يمكن اضافة متغير هام ، الي فروض النظرية النيوكلاسيك ، الا وهو ان المستهلك حينما يسعي لتعظيم منفعته فأنه من الممكن ان يتعرض لأمر مفاجئ او لحادث عارض يؤثر علي درجة هذه المنفعة

وفي هذا الاطار فلنفرض ان الأمر المفاجئ او الحادث العارض هو,E1 E2 وأن الأحتمالات المتاحه لمواجهة الامر العارض او الحادث المفاجئ هي P1 , P2

وحيث ان : $P1+P2=1$

ومن ثم فأن الامر المفاجئ E1 يمكن ان يرتبط بالمنفعة التي يحققها المستهلك والتي تكون U1

وان الامر المفاجئ E2 يمكن ان يتعلق بالمنفعة التي يحققها المستهلك وتكون U2

وهنا نجد أن هناك مستويات ودرجات مختلفة من المنافع التي يحققها المستهلك حسب الأحداث او المتغيرات التي يمكن ان يتعرض لها . وهذا ما يطلق عليه **معدل المنفعة** L'espévance d'utilité

ب- مدخل معدل المنفعة Le concepte d'espérence d'utilité

يعتمد هذا المدخل علي اساس ان :E(U) هي المنفعة التي يتوقع المستهلك تحقيقها في حالة اخذه في الاعتبار احتمالات حدوث اي امور مفاجئة او طوارئ محتملة E1, E2

$$E(U) = P1U1 + P2U2$$

واذا افترضنا ان هدف المنفعة مبني علي فكرة المكسب اي اكتساب أقصي قدر من الأشباعات المحققة وان امام المستهلك اختيارين اساسين :

- **الأختيار الأول** ، بدون ادني قدر من المخاطر ، فعلي سبيل المثال أن يكون هناك تأمين ، بحيث يضمن المستهلك تحقيق مكاسب مهما كانت الأحداث او الظروف الممكن ان يتعرض لها . حالة قيام المستهلك بعمل

تأمين شامل Tous risque علي السيارة الجديدة التي اشتراها .

- **الأختيار الثاني** ، وفيه يمكن للمستهلك ان يتعرض للمخاطر حيث لا يوجد اي غطاء تأميني (وحالة عدم التأمين الشامل علي السيارة الجديدة) وهنا تصبح احتمالات المكاسب g1 في حالة تعرض للحدث E1, g2 في حالة تعرضه للحدث E2 .

وفي حالة الأختيار الثاني ظهر اهمية عامل عدم التيقن أو عدم التأكد L'incertitude في صورة معدل (اي نسبة) Terme d'esperance وهنا يسعي المستهلك ،ليس فقط الي تحقيق منفعة كبيرة ، بل ايضا معدل المنفعة الأكثر ارتفاعا L'espérance d'utilité la plus cleve .

وحيث ان معدل المنفعة يصبح :

$$E(U)= P1U(g) + P2U(g)$$

وحيث أن : $E(U) = U(g)$

في حالة احتمال عدم التعرض للمخاطر (التأمين ضد المخاطر) فان

$$E(u) =PU(g1)+P2U(g2)$$

في حالة عدم التأمين ضد المخاطر اي في حالة احتمال التعرض للمخاطر

ج- مدخل معدل الربح Le concept d'espérance de gain

لقد سبق ورأينا ان معدل الربح أو الاستفادة المتزايدة دائما ما يقترن بدرجة المخاطر أو عدم التأكد ولذلك يمكن تعريف **معدل الكسب او الربح** l'espérance de gain علي انه المكسب الذي تتوقعه الوحدة الأقتصادية ، مع الأخذ في الاعتبار الأحتمالات أو الأحداث الطارئة التي قد يتعرض لها هذه الوحدة .

$$E(g) = P1g1 + P2\ g2$$

ومن ثم فأن معدل الكسب أو الربح يكون :

$$E(g) = P1g + P2g$$

ولما كانت : $E(g) = g$

في حالة التأمين ضد المخاطر اي في حالة عدم التعرض للمخاطر .

فأن : $E(g) = P1\ g1 + P2\ g2$

في حالة عدم التأمين ضد المخاطر اي في حالة تحمل المخاطر .

د- تفسير دالة المنفعة لنيومان مورجنسيترن

لقد سبق وذكرنا ان دالة المنفعة لنيومان - مورجنسيترن La fonction d'utilité de Neumann- Morgenstern تهدف اساسا الي تفسير وشرح سلوك المستهلك أو الوحدة الأقتصادية في مواجهة ظاهرة المخاطر . اي توضح كيفية تصرف هذا المستهلك عندما يواجه بدرجة معينة من المخاطر المحتملة .

فعلي سبيل المثال في حالة احجام المستهلك عن تحمل اي درجة من المخاطر فأنه يفضل الحصول علي معدل مكسب متساوي اي معدل استفادة متساوي وهنا فأنه يلجأ الي نفس الأسلوب الذي يكفل له ذلك ، وفي هذه الحالة تصبح دالة منفعة نيومان - مورجنستيرن دالة مقعرة ، ويمكن التعبير عنها كما يلي :

$$E(U) > E(U)\ *$$

حيث ان :

$$g = P1g1 + P2\,g2$$

أما اذا كان المستهلك يفضل تحمل المخاطر في سبيل تعظيم المكاسب أو المنافع ، فأن دالة نيومان - مورجنستيرن تكون :

$$E(U) < E(\bar{U})^{*}$$

حيث ان : $g = P1g1 + P2\,g2$

وهنا نجد أن دالة نيومان -مورجنسيترن تبحث وتسمح بادخال المخاطر في تفسير وتحليل دالة المنفعة . وقد أصبحت هذه الحالة أو هذه الصورة الأكثر أنتشارا وفي الوقت الراهن ، وذلك لتحليل السلوك الأقتصادي للوحدة الأقتصادية أو المستهلك في مواجهة المخاطر وذلك في اطار التحليل الأقتصادي الجزئي والذي يهتم بعدم التيقن أو عدم التأكد .

ومن هذا المنطلق ، فأن هذه الدالة لا تخرج عن كونها دالة عامة للمنفعة مع أدخال عامل المخاطر والذي يستند علي فروض خاصة :

ويمن التعبير عنها بالمعادلة التالية :

$$E(U) = P1U(g1) + P2\,U(g2)$$

حيث أن : $U(g1)\text{-}U(g2)$ المنفعة المرتبطة بالمكاسب

الاحتمالات المتوقعة = ... $P1\ ,\ P2$

ان خصائص السلوك التي تميز تفضيلات المستهلك قد اوضحت الحالات التي يستوي فيها المستهلك الحصول علي ايا من المجموعات او السلع التي تتاح له ، تشير الي وجود ظاهرة السواء أو عدم الأكثرات Phenoménes d'indifférence بالنسبة للسلعتين أو المجموعتين من السلع المتاحه له ، تحقق كل منهما نفس مستوي ودرجة الاشباعات المختلفة او المطلوبة . وبتصوير هذه الظاهرة بيانيا ، يمكنا الوصول الي منحني السواء بالنسبة للمستهلك La courbe d'indifférence .

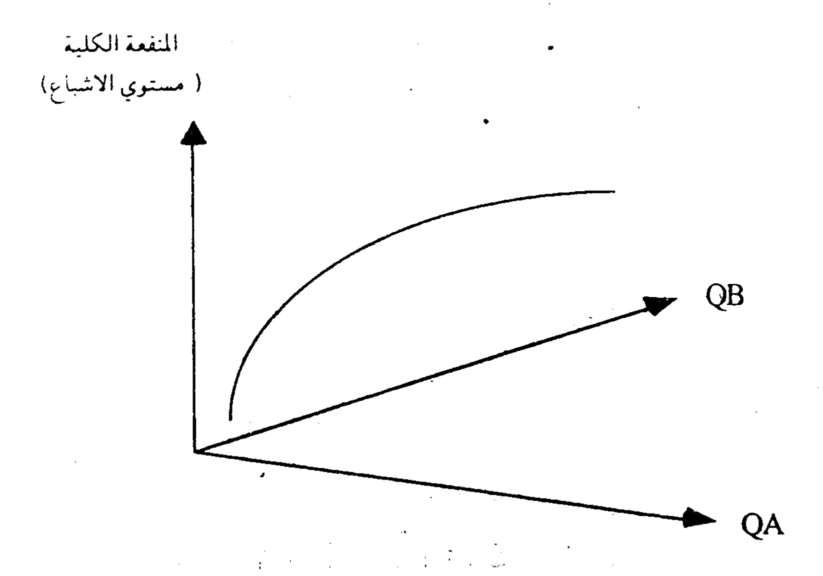
ويمكن ان نطلق علي هذا المنحني ، منحني الاشباع المتساوي او المتكافئ isophelime أو courbe d'iso-satisfaction .

أ- منحني الاشباع المتكافئ: Courbe d'iso-satisfaction

يمكن تعريف منحني الاشباع المتكافئ بانه المنحني الذي يمثل مستوي الاشباع المشترك الذي يمكن تحقيقة من مختلف المجموعات اوالتوليفات Combinoison المتاحة للمستهلك من السلع A.CB.

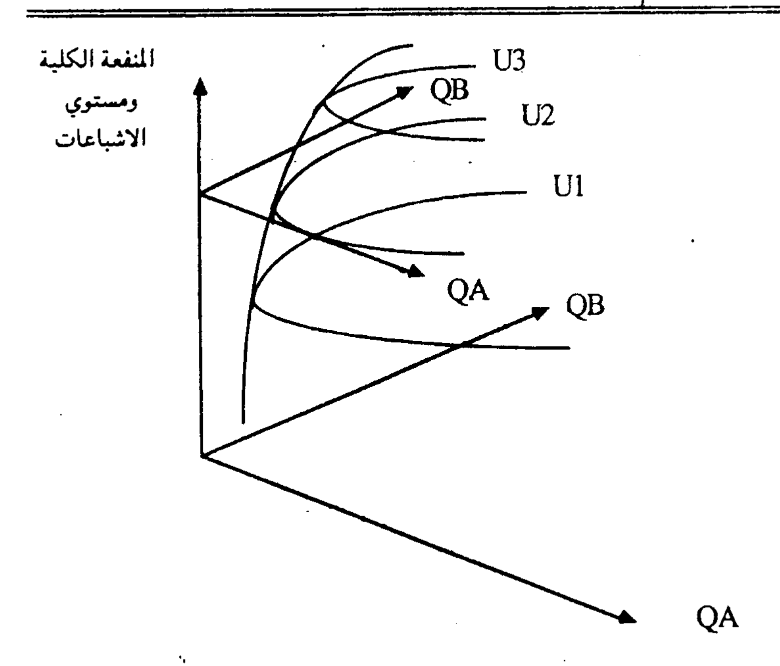
وسوف نحاول بيانيا تصوير مختلف المستويات الاشباعية اي المستويات المختلفة من الاشباعات الممكن تحقيقها ، اي المنفعة الكلية L'utilité totale الممكن تحقيقها من تلك المجموعات المتاحة ونظرا لان المنفعة الحدية

L'utilité marginale ذات ميل متناقص فان المنفعة الكلية سوف تتزايد ولكن بمعدل متناقص ، كما يوضح الشكل التالي :



وهنا نجد ان منحني المنفعة يوضح لنا ان المنفعة الكلية تتزايد بمعدل متناقص .

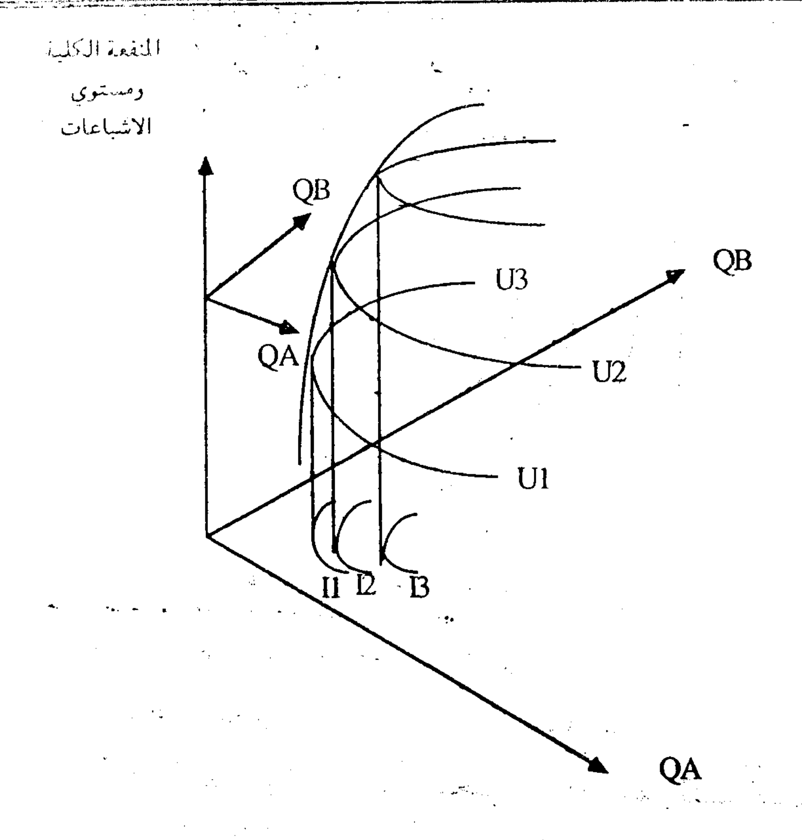
ونود ان نضيف ، ان كل مستوي من مستويات الاشباع المتحقق (المنفعة المكتسبة) يقابله منحني من منحنيات الاشباع المتكافئ.



فــإذا كـــان المســـتــهلك يواجــه منحنيـــات الاشـــبـــاع المتكافئ
U1 , U2 , Un Les courbes d'iso-satisfaction

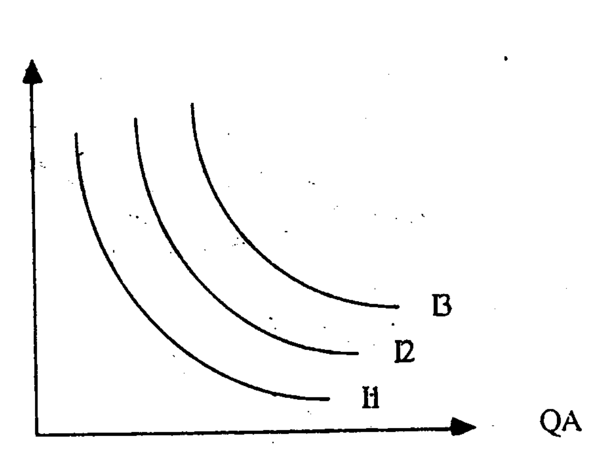
وذلك بالنسبة للتوليفة السلعية الخاصة QB , QA فأن كل منحني من منحنيـات الاشـبـاع المتكافئ لابد ان ترتبط بأحـد منحنيـات السـواء
I1, I2 , In La courbe d'indifférence

ومن ثم فـأن تناقص المنفعـة الحدية سوف يبطء من مـعدلات نمو المنفعـة الكلية بحيث يبتعد منحني السواء عن نقطة الأصل .



ويمكن تعريف **منحني الاشباع المتكافئ** اي منحني السواء بانه يمثل المحل الهندسي Le licu géometrique للمجموعات او التوليفات المختلفة من السلعتين التي يتردد المستهلك في اختيار ايا منهما حيث يستوي الامر لديه ، لانه سوف يحصل علي نفس القدر والمستوي من الاشباع والمنفعة في حالة اختيار اي مجموعة .

وجدير بالذكر ان اجمالي منحنيات السواء التي تتاح للمستهلك الفرد . تمثل ما يطلق عليه بخريطة السواء La carte d'indifférence



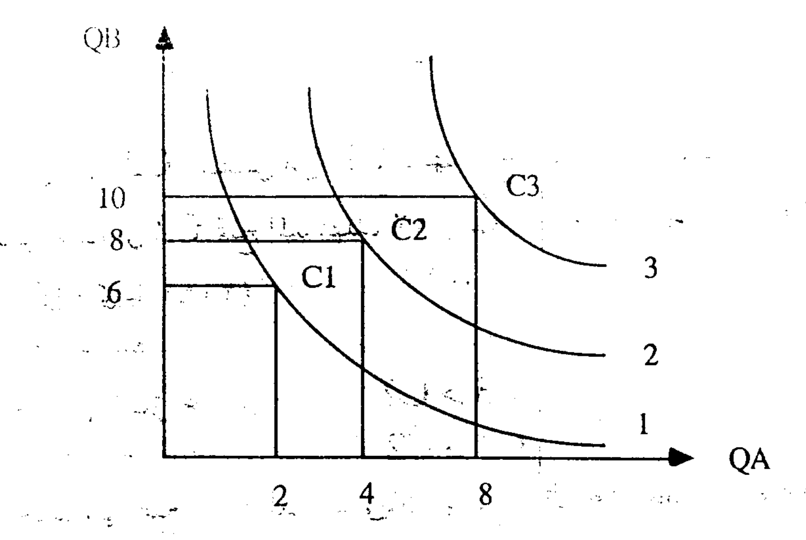
ب- السمات التي تتسم بها منحنيات السواء

١- تتسم هذه المنحنيات بأنها ذات ميل سالبا ففي حقيقة الامر أن اي مجموعة سلعية اوخدمية علي منحني السواء تحقق للمستهلك نفس القدر بل نفس المستوي من الاشباع بمعني ان انتقاله من نقطة لأخري علي نفس منحني السواء تحقق له نفس الاشباع . ولكي يحقق المستهلك هذا الهدف فانه عندما يريد زيادة الكمية المستهلك من احد المجموعتين لابد ان يقلل من الكمية المستهلكة من المجموعة الاخري . بمعني ان تغير الكمية المستهلكة منA (QA) لابد ان يقابلها تغير في الكمية المستهلكة من المجموعةB (QB) ونتيجة لذلك فأن ميل

منحني السواء يكون سالب .

ميل منحني السواء = كم سالب = $\frac{\Delta QB}{\Delta QA}$

٢- ان منحني السواء الأعلي هو أفضل من منحنى السواء الأدنى منه لان الأول يمنح للمستهلك قدر ومستوي أعلي من الاشباعات المحققة من أيا او كلا من السلعتين ومن ثم فأن اي نقطة علي منحنى السواء الأعلي تكون أفضل من اي نقطة علي منحني السواء الأدني



فمن الرسم السابق يتضح لنا :

- ان النقطة C1 تسمح للمستهلك الذي يقع علي منحني السواء

رقم (١)١بأن يحصل علي ٦ وحدات من السلعة B ووحدتين من السلع A.

- ان النقطة C2 تسمح للمستهلك اذا ارتفع دخله واصبح يقع علي منحني السواء رقم(٢) بان يحصل علي ٨ وحدات من السلعة B و٤ وحدات من السلعة A.

- ان النقطة C3 تسمح للمستهلك في حالة ارتفاع دخله او انخفاض الاسعار بحيث تنتقل الي المنحني رقم(٣)ان يحصل علي ١٠ وحدات من السلعة B و٨ وحدات من السلعة A

ومن ثم نجد ان : $C2 > C1$

أي أن C2 أفضل من C1 لانها تمنح للمستهلك مستويات اشباع افضل حيث أن C2 تمنح المستهلك ١٢ وحدة (٨+٤) في حين ان C1 تمنحه ٨ وحدات فقط (٦+٢) .

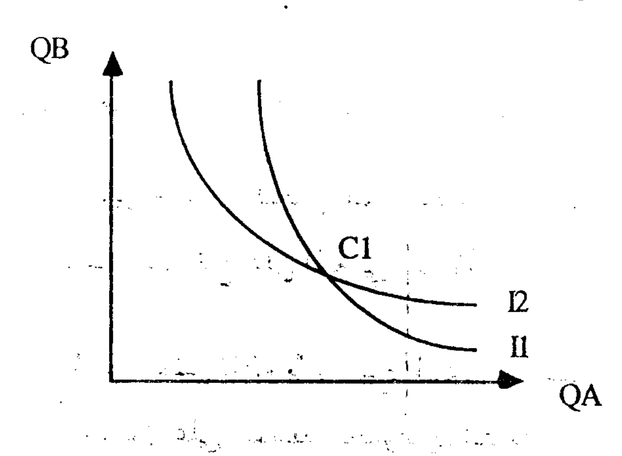
وبنفس المنطق نجد أن : $C3 > C2$

حيث انها تمنح المستهلك مستويات اشباع اعظم ١٨ وحدة (١٠+٨) بدلا من ١٢وحدة (٨+٤) .

وبذلك نجد ان منحني السواء رقم(٣)أفضل من منحني السواء رقم(٢)

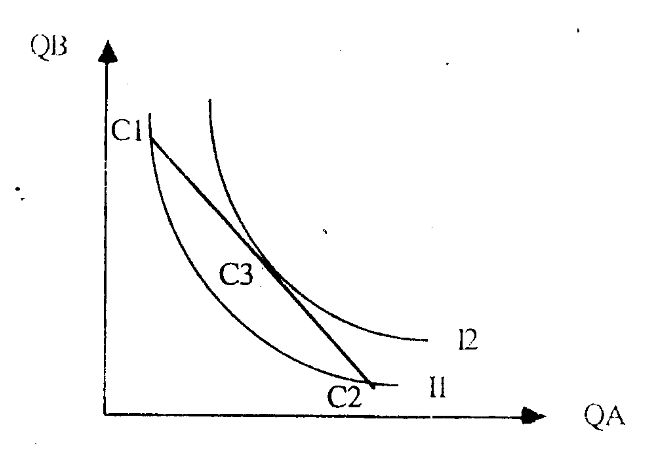
وان منحني السواء رقم (٢) أفضل من منحني السواء رقم(١)

٣- ان منحنيات السواء لا يمكن ان تتقاطع لان هذا يناقض الفرضية السابقة ، فلو افترضنا ان هناك منحنيان للسواء قد تقاطعا ، فأن نقطة التقاطع معناها التساوي او التكافئ اي ان هذه النقطة لابد ان تمنح المستهلك نفس القدر من الاشباع ، فكيف يتحقق هذا في الوقت الذي يتأكد فيه ان اي نقطة علي خريطة السواء لا يمكن ان يمر بها غير منحني سواء واحد . فالتقاطع لا يمكن ان يتحقق لانه يغاير قوانين خريطة السواء .



والنقطة C1 هنا تمنح قدر متساوي من الاشباعات وهذا لا يمكن حدوثه لان المنحني الاعلي معناه ارتفاع الدخل او انخفاض الاسعار وزيادة القوة الشرائية للمستهلك بحيث يمكنه تعظيم اشباعاته فكيف يتساوي الادني مع الأعلي . كما توضحه النقطة C1.

٤- تتسم هذه المنحنيات بتحدبها عند نقطة الأصل ، اي انها محدبه تجاه نقطة الأصل Convéxes وذلك لتناقص المعدل الحدي للأحلال كلما انتقلنا من نقطة الاصل تجاه اليمين كما يوضح الشكل.



- فمن الرسم السابق نجد ان المنحني عند النقطة C2 اكثر انبساطا منه عند C1 وعن اي نقطة آخري تقع علي المنحني I2, I1

- ان النقطة C3 هي أفضل نقطة لانها تمنح المستهلك أقصي اشباع ممكن بمعني انها تتيح له الحصول علي متوسط المجموعتين المتاحتين له .

- ان معدل الأحلال الحدي لاحلال QA محل QB يكون أقل عند النقطة C2 عنه عند النقطة C1.

الا وان هذا التحليل قد يقودنا لتساؤل هام ألا وهو :

#- هل يمكن المنحنيات السواء ان تتقاطع مع كل من المحور الراسي والافقي ؟

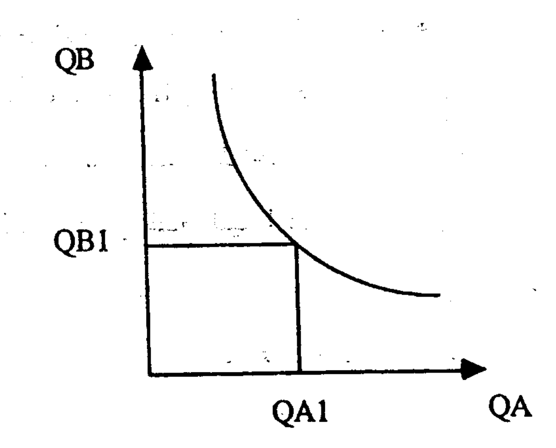
Les courpes d'indifference peuvent -elles coupes les Axes ?

ان تقاطع منحنيات السواء مع المحاور التي تمثل الكميات المختلفة من السلعتين المتاحتين للمستهلك A,B تعتمد علي فرضية التشبع Satura-tion والتي يتأسس عليها التحليل الأقتصادي ويذكرنا هذا الامر بالبديهية الخامسة Le cinquiene axiome والسابق ذكرها - والخاصة بأن الانسان لا يمكن ان يقنع بالوسائل المتاحة له والاشباعات المتحققة له ، بل يسعي دائما للأفضل والأكثر ، سواء كان ذلك راجع الي غريزة حد التملك أو الدافع السيكولوجي للتطلعات الطبقية وهذا هو اساس فرضية عدم التشبع le non saturation ،بمعني ان المستهلك يمكن ان يصل الي نقطة الاشباع الكامل بالنسبة لمواجهة حاجة معينة كحاجة الطعام مثلا ، فلو اكل المستهلك عدد من قطع البيتزا فأنه سوف يشبع تماما بحيث لا يستطيع ان يأكل اكثر ، كما انه لو شرب زجاجة مياة معدنية او مياة غازية فأن عطشه سوف يزول تماما ويصبح غير قادر علي شرب كمية اضافية ، اما حاجاته بصفة عامة فمن الصعب اشباعها فهو دائما يتطلع لمستوي معيشة افضل ، لمستوي ثراء اكثر لمستوي رفاهية أعلي وهكذا ، بمعني ان اشباع

احتياجاته المادية تجعله يسعي لاشباع احتياجاته المعنوية من رحلات سياحية - ثقافة - ارتياد المسارح والاشتراك في القنوات الفضائية .

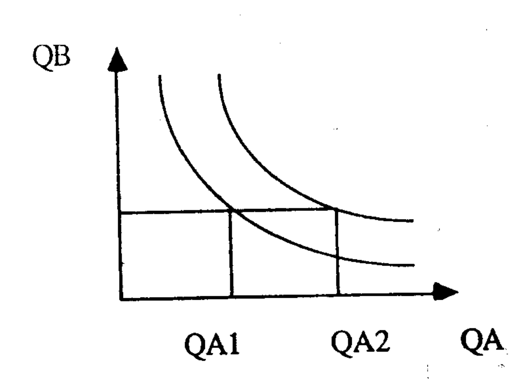
خلاصة القول، هو صعوبة تحقيق الاشباع أوالتشبع الكامل للمستهلك بالنسبة لجميع السلع معا وفي وقت واحد ، بمعني ان هناك علي الأقل سلعة واحدة يمكن ان تحقق للمستهلك منفعة اضافية - اي اشباع اضافي un supplement de satis faction ومن ثم فأن هناك دائما مجموعة سلعية أو توليفة سلعية يفضلها المستهلك عن غيرها .

ويمكن تصوير ذلك بيانيا من خلال رسم منحني السواء الذي يوضح لنا فرضية عدم التشبع الكامل بالنسبة للمستهلك من جميع السلع في وقت واحد .



ان الشكل السابق يعكس لنا منحني السواء العادي الذي يوضح لنا تفضيلات المستهلك من خلال اختياراته وان النقطة C1 تسمح له باستهلاك QA_1 , QB_1

اما الشكل التالي فهو يعكس لنا زيادة درجة الاشباعات



يتضح من الرسم السابق ما يلي :-

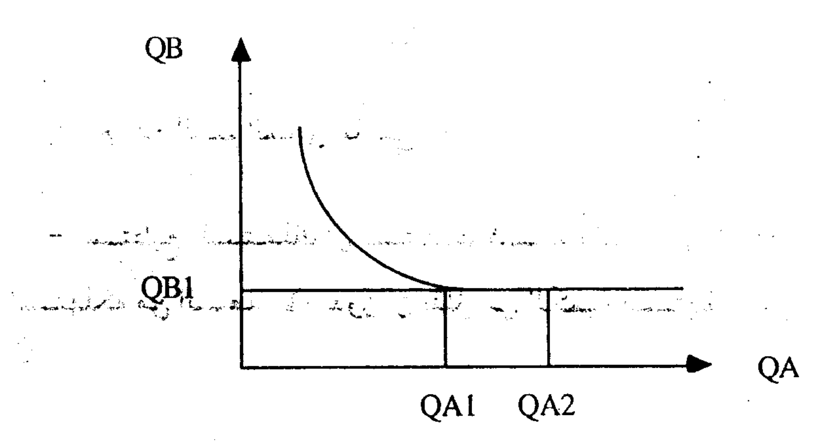
- يستطيع المستهلك ان يستهلك كمية أكبر ، اي زيادة الكمية المستهلكه من السلعة A بدون ان يقلل من الكمية المستهلكه من السلعة B

- ان هذا الوضع يسمح له بزيادة اشباعاته الكلية .

- ان تحقيق هذا الوضع او المركز الاستهلاكي الأفضل مشروط بانتقال المستهلك الي منحني السواء الأعلي وهذا اما زيادة دخل المستهلك او انخفاض اسعار السلعة A.

واذا افترضنا ان المستهلك قد استطاع ان يصل الي نقطة او درجة الاشباع الكامل من السلعة A ، فليس معني ذلك انه قد استطاع الوصول لمرحلة التشبع الكامل بالنسبة لجميع السلع .

ولتوضيح ذلك ، نجد ان الكمية المستهلكة من السلعة A قد زادت من QA1 الي QA2 ، ومع ذلك قد ظل المستهلك علي نفس منحني السواء ، كما يوضح الشكل التالي :



ولو افترضنا ان الاشباع الذي يحتاجه المستهلك من سلعة معينة لا يمكن تحقيقه بالكامل ، اي لا يمكن ان يسمح للمستهلك الي الوصول

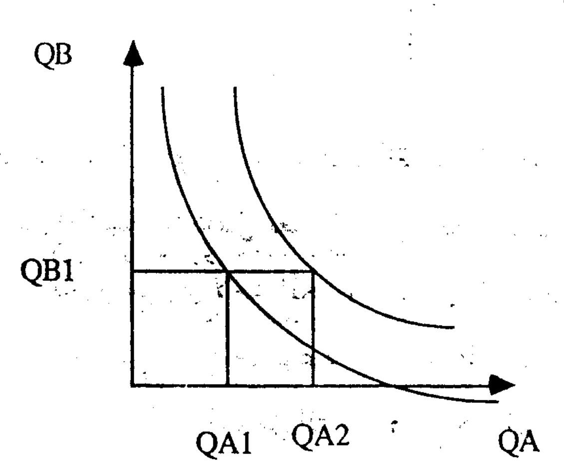
لمرحلة التشبع الكامل من هذه السلعة (حالة اللحوم في ظل ارتفاع الاسعار بالنسبة للمستهلك محدود الدخل).

فلو أفترضنا ان هذه السلعة هي A .

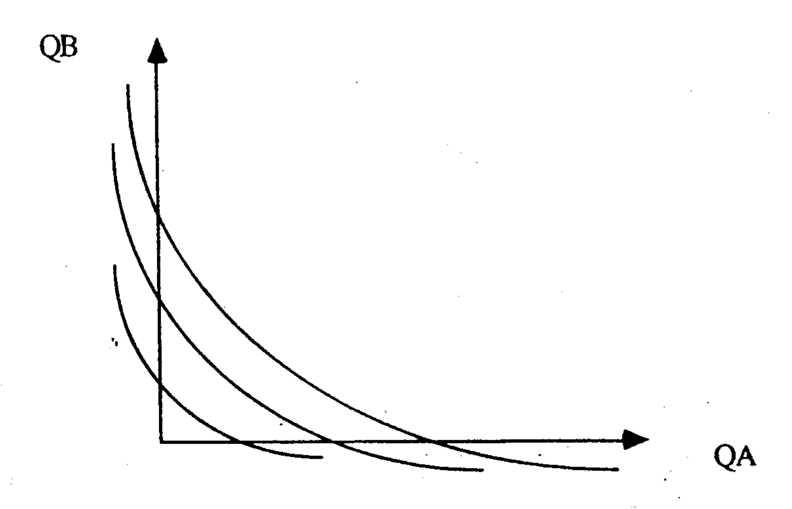
فأن هذا يعني استهلاك كمية ثابتة من السلعة B (ولتكن تمثل الأرز أو الخبز) .

ان اي زيادة في الكمية المستهلكة من السلعة A (اللحوم) تؤدي الي زيادة الاشباعات المتحققة للمستهلك وتؤدي ايضا الي زيادة مستوي اشباعاته الكلية .

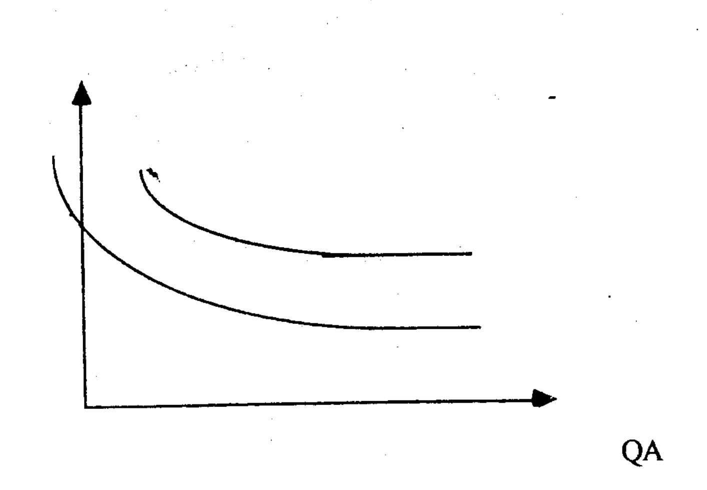
وبيانيا ، نجد ان منحني السواء لا يمكن ان يمثل الجزء المتوازي للمحور السيني وكنتيجة لذلك فأنه ينتهي بتقاطعه مع هذا المحور ، كما هو واضح في الشكل التالي :



ومن ثم فان فرضيـة عدم التشبع الكامل ، اي صعوبة الاشباع الكامل لكل احتياجات المستهلك معا وفي آن واحد توضح لنا سبب تقعر منحنيات السواء . وبذلك نجد ان تقاطع منحنيات السواء مع ايا من المحور تعكس لنا حالات صعوبة تحقيق الاشباع الكامل بمعناه الكلي كما يوضح الشكل التالي



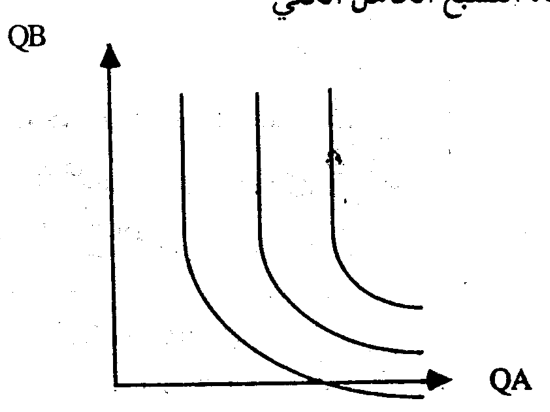
وعلي العكس تماما ، اي في حالة عدم واقعية أو عدم صحة فرضية صعوبة تحقيق الاشباع الكامل بمعناه الكلي ، فأن هناك جزء من منحني السواء يمكن ان يكون موازي لاحد المحاور (الرأسي أو الأفقي) ففي حالة التشبع الكامل والكلي من المجموعة A فأن هذا الجزء يصبح موازي للمحور السيني و العكس ، والشكل التالي يوضح هذه الظاهرة .



أما اذا كـان الاشبـاع الكامل الكلي بالنسـبة للسلعـة B فـأن التـوازي يكون بالنسبة للمحور الصادي (اي الرأسي)

كما يوضح الشكل التالي : فالتقاطع معناه عدم التشبع الكامل الكلي

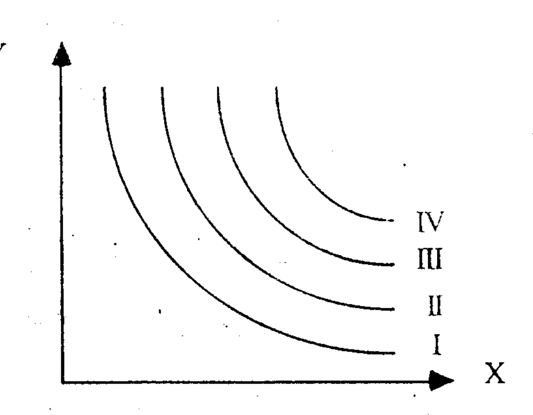
والتوازي معناه التشبع الكامل الكلي



٧- الأشكال المختلفة المنحنيات السواء

Formes Particuliére de courbes d'indifférence

عادة ما تأخذ منحنيات السواء (اي منحنيات الأختيار والتفضيل بين مجموعتين سلعتين أو توليفتين من السلع أو الخدمات) شكل منحني الطلب الفردي العادي ، كما هو موضح بالشكل التالي :



وبذلك نجد انها منحنيات

- مقعرة
- ذات ميل سالب

حيث انها تعكس لنا درجة الأخلال الجزئي بين السلع البديلة أو السلع المتكاملة وليس السلع الغير مرغوب فيها أو المحايدة .

ومع ذلك فأن هناك اشكال خاصة لتلك المنحنيات ، بحيث تعكس كل

منها حالة خاصة من الحالات التي يمكن ان تواجه المستهلك الفرد

ا- منحنيات السواء بالنسبة للبدائل الكاملة

Les courbes d'indifférences pour deux bien parfaitement substituables

يمكن تعريف ***البدائل الكاملة*** بأنها تمثل سلعتان متماثلتان بحيث تمنح ايا منهما نفس درجة ومستوي الاشباع بالنسبة للمستهلك الفرد . حالة الأنواع المختلفة من المياة المعدنية . فعلي سبيل المثال نجد ان زجاجة المياة بركة تمنح المستهلك نفس القدر والدرجة من الارتواء مثل زجاجة المياة سيوه . نفس الشئ بالنسبة للمناضلة بين علبة المياة الغازية Tem تيم وعلبة المياة الغازية سفن آب seven up وهكذا

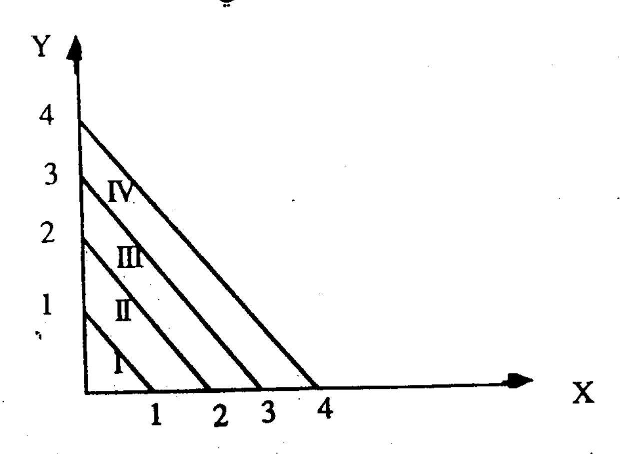
فاذا رمزنا للتيم بـ X

وللسفن آب بـ Y

فأنه من السهل أحلال X محل Y والعكس الصحيح دون ان تقلل من درجة مستوي اشباع المستهلك لو أحل ايا منهما بالأخري وهنا نجد ان المستهلك سوف يصبح علي نفس منحني السواء ولكن يتنقل من نقطة الي أخري .

وهنا يمكن القول بأن المستهلك يستوي لدية ان يشرب التيم أو السفن آب لأنهما بدائل كاملة بالنسبة له .

ومن ثم فـأن منحنيات السـواء بالنسبة للبدائل الكاملة من المجموعات السلعية المتاحة للمستهلك تأخذ الشكل التالي :

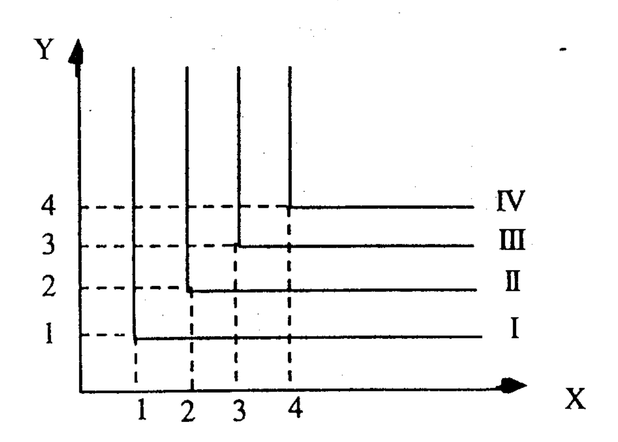


ب- منحنيات سواء السلع تامة التكامل

Les courbes d'indifférence pour les biens parfaitement complémentaires

يمكن تعريف السلعتان المتكاملتان تكامل تام ، بأنهما السلعتان اللتان تستخدمان معا وبنفس الكمية (حالة زوج الأحذية والجوارب) فلا يمكن استخدام جورب في احد القدمين دون الآخر ، نفس الشئ بالنسبة للحذاء.

تأخذ منحنيات السواء في هذه الحالة الشكل التالي :



من الشكل السابق نجد ان منحنيات السواء بالنسبة للبدائل الكاملة نأخذ شكل الزاوية القائمة Angle droite .

ج- منحنيات السواء بالنسبة للسلع الغير مرغوب فيها (الضارة)

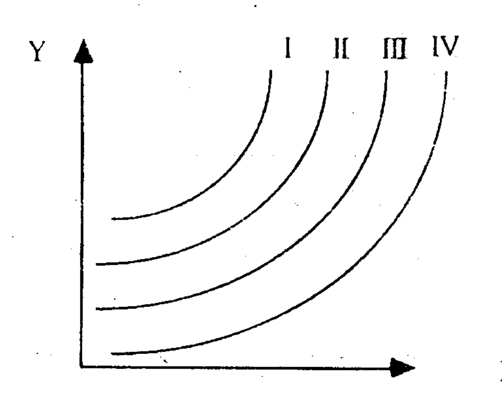
Les courbes d'indifférence pour les biens indésira-bles

يمكن تعريف السلعة الغير مرغوب فيها ، بأنها السلع التي لا تحقق للمستهلك اي اشباع ، بل العكس قد تحقق له أضرار وأثار جانبية غير مرغوب فيها للمستهلك ومن ثم يحجم المستهلك عن استهلاكها او يتوقف تماما عن استهلاكها . وبذلك فكلما زاد استهلاك هذه السلعة كلما انتقل المستهلك الي منحني سواء أدني .

- واذا رمزنا لهذه السلع بـ Y

- ورمزنا للسلع المرغوب في استهلاكها بـ X

فأن منحنيات السواء تأخذ الشكل التالي :

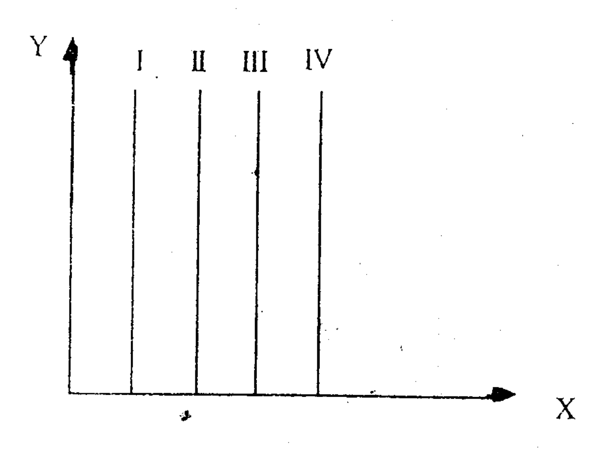


هـ- منحنيات السواء للسلعة المحايدة

Les courbes d'indifférence pour des biens neutre

تعتبر السلعة من السلع المحايدة اذا لم تتأثر المنفعة المتحققة للمستهلك بأي تغير في الكمية المستهلكة من هذه السلعة، بمعني ان زيادة الكمية المستهلكة لا تؤدي الي زيادة المنفعة المتحققة للمستهلك كما ان انخفاض الكمية المستهلكة منها لا تؤدي الي انخفاض المنفعة التي يحققها المستهلك (حالة الهواء - ضوء الشمس - وغيرها من السلع الحرة) فاذا افترضنا ان السلعة Y سلعة محايدة وان السلعة X سلعة عادية فأن منحنيات السواء

تأخذ شكل النمط المستقيم الموازي للمحور الرأسي كما يتضح من الرسم التالي :



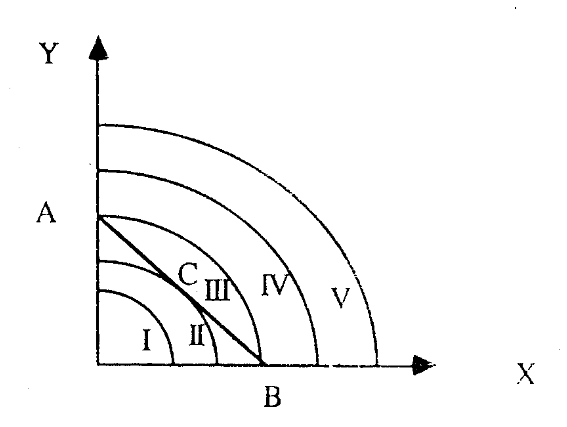
و- منحنيات السواء المحدبة:

Les courbes d'indifférences concaves

يمكن لمنحنيات السواء ان تكون غير مقعرة ، اي ان تختلف عن المنحنيات العادية ، بل قد تأخذ الشكل المحدب Concare .

وهذا الشكل المحدب لمنحنيات السواء يعكس لنا رغبة المستهلك الفرد وتفضيله في استهلاك ايا من المجموعتين المتاحتين له كلا علي حده ، اي منفصلتين وليس معا. حالة تفضيل المستهلك اختيار اللحوم كغذاء في احد ايام الاسبوع واختيار الدجاج كغذاء في اليوم التالي :

والشكل التالي يوضح هذه الظاهرة



من الشكل السابق يتضح لنا الأتي :

- ان المستهلك قد لا تستهلك الا السلعة Y1 ومن ومن ثم فأنه يفضل ان يحصل علي الكميـة A من السلعـة Y وهنا فـأنه سيـقع علي منحني السواء III(3)

- اما اذا فضل ان يستهلك السلعة X فانه سوف يحصل علي الكمية B وبذلك فأنه سوف يقع علي منحني السواء رقم 4(IV)

- واخيرا فأنه لو استهلك السلعتين معا ، كما هو الاتجاه المعادي ، فأنه

سوف يختار النقطة C وبذلك فان اختياراته ستكون علي منحني السواء رقمII(2)وهو منحني السواء الأدني من الاختيارين السابقين .

ز- منحنيات السواء الزمنية اي الوقتية:

Les courbes d'indifférence intertemporelles

لقد سبق ورأينا ان منحنيات السواء توضح لنا الكميات المستهلكة من كلا من المجموعتين السلعتين اللتان تحققان للمستهلك نفس القدر من الاشباع ، ومن ثم يستوي الأمر لديه في اختيار ايا منهما عن الأخري .

وبنفس المنطق يمكنا اشتقاق منحني السواء الذي يمثل لنا موقف المستهلك بالنسبة للمجموعتين السلعتين المتاحتين له وذلك خلال فترة معينة ، اي أدخال عامل الزمن كمحدد للأختيار ، وهذا يوضح لنا امكانية اشتقاق منحني السواء الخاص بنفس السلعة خلال فترتين مختلفتين من الزمن .

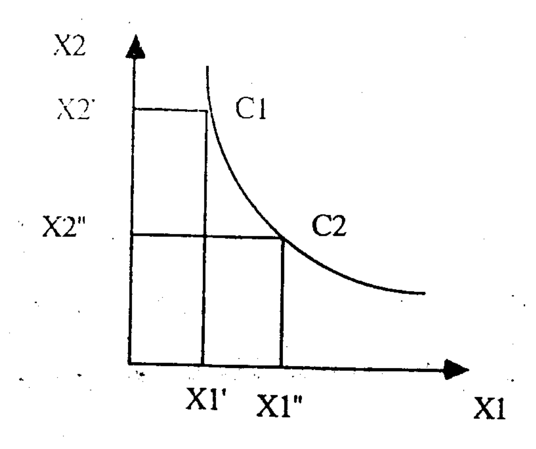
ولهذا الهدف سوف نفترض الأتي :

- ان المستهلك يستطيع ان يفاضل ويختار بين المجموعة السلعية Y والمجموعة السلعية X.

- انه ايضا يستطيع ان يفاضل ويختار بين استهلاك السلعة X الآن(1) والمستقبل (2)

وبذلك نجد ان **منحني السواء الزمني** هو ذلك المنحني الذي يمثل لنا حالة تردد المستهلك في اختيار **احدي السلع** أو احدي المجموعات السلعية في خلال فترتين من الزمن، **حيث يستوي** الأمر لديه في اختيار اي فترة منهما (حاليا أو الشهر القادم)

وهنا يأخذ منحني السواء نفس شكل منحني السواء العادي ولكن كل محور يمثل السلعة X في زمن معين



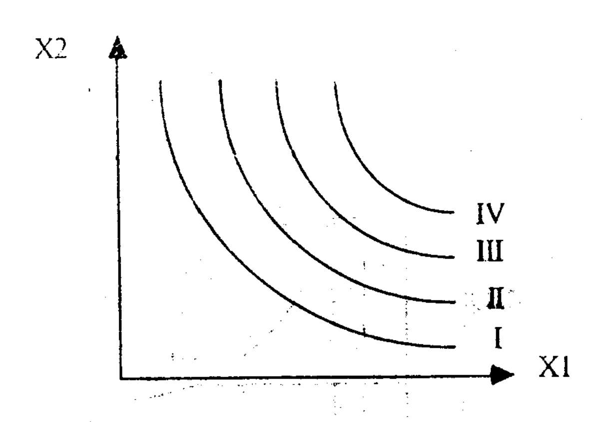
ومن الرسم السابق يتضح لنا الآتي :

- ان المحور الافقي يوضح لنا الكميات المستلكة من السلعة X هذا الشهر (1)

- ان المحور الرأسي يعكس لنا الكميات المستهلكة من نفس السلعة X الشهر القادم (2)

- ان المستهلك مترددا في اختيار النقطة C1، بمعني ان يستهلك الكمية X1' هذا الشهر والكميّة في X2' الشهر القادم او ان يختار النقطة C2 بحيث يستهلك الكميات"X1 ، "X2 هذا الشهر والشهر القادم .

وهنا نجد ان منحنيات السواء الزمنية تقسم بنفس السمات التي غير منحنيات السواء العادية ، فضلا عن انه من الممكن اشتقاق خريطة السواء الزمنية كما هو موضح في الشكل التالي :



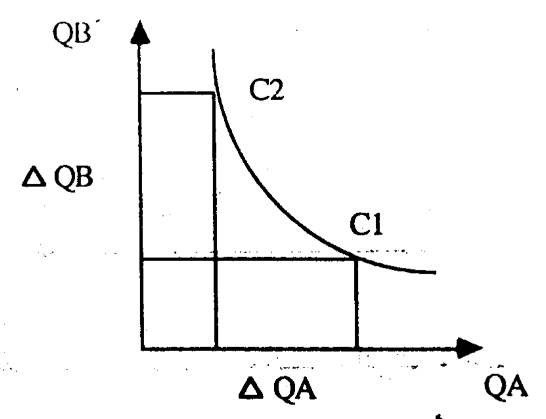
حيث توضح هذه الخريطة منحنيات السواء الزمنية لمختلف مستويات الاشباع .

٧- المعدل الحدي للأحلال:

Le taux marginal du substitution (TMS)

يمكن تعريف **المعدل الحدي للاستهلاك بأنه مقدار الكمية التي يتخلي عنها المستهلك من احدي المجموعتين السلعتين المتاحتين له . في سبيل حصول علي وحدة واحدة من المجموعة الاخري** ، اي معدل احلال المستهلك لأحدي السلع محل السلعة الأخري وهذا المعدل يعتبر مؤشر هام لقياس مدي الأحلال .

ويوضح الشكل التالي هذه الحالة



من الرسم السابق نجد أن :

- انتقال المستهلك من النقطة C1 الي النقطة C2 علي نفس منحني السواء . او انتقال المستهلك من النقطة C2 الي النقطة C1 علي نفس المنحني ، معناها تخليه عن مقدار أو نسبه معينة من C1 في سبيل

الحصول علي وحدة واحدة من C2 او العكس الصحيح .

ويمكنا التعبيز عن ذلك بالمعادلة التالية :

$$TMS = \frac{\Delta QB}{\Delta QA}$$

معدل الاحلال الحدي = TMS

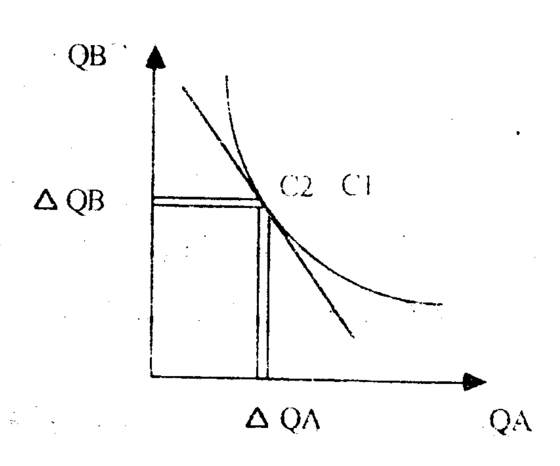
التغير في الكمية المستهلكة من B =ΔQB

التغير في الكمية المستهلكة من A =ΔQA

ا- كيفية قياس المعدل الحدي للاحلال : Mesure de TMS

يتضح لنا من تعريف المعدل الحدي للاحلال TMS انه في حالة تقارب المسافة التي تقع عليها النقطتان اللتان تمثلان التوافيق المختلفة من المجموعتان السلعنيان المتاحتان للمستهلك ، بحيث تصبح المسافة بين كل نقطة والاخري متناهية الصغر une distance infinitésimale وذلك علي نفس منحني السواء ، فأن معدل الميل الحدي يصبح هو نفس ميل منحني السواء فيما بين هاتين النقطتين ومن ثم فمن الممكن تحديد قيمة MTS بميل المماس لاحدي هذه النقط أو للنقطتين معاً ؟

كما يوضح الشكل التالي :



ومن الرسم السابق يمكن القول :

- ان ميل منحني السواء هو ميل سالب دائما .
- ان المعدل الحدي للاحلال يكون سالب دائما

ومن ثم يمكن قياس المعدل الحدي للاحلال بميل المماس او بميل المنحني عند نقطة التماس .

ب- تفسير وشرح مفهوم المعدل الحدي للاحلال:

L'interprétation du TMS

نظرا لان المعدل الحدي للاحلال يهتم بنسبة التغير في الكمية المستهلكة من احدي المجموعتين السلعتين مقابل نسبة التغير في الكمية

المستهلكة من المجموعة الأخري ، فأنه يمكن تفسير مفهوم الميل الحدي للاحلال بـ :

- النسبة بين الكمية التي يتنازول عنها المستهلك من السلعة A والكمية الأضافية التي يحصل عليها المستهلك من السلعة B في المقابل

- النسبة بين الكمية التي يتنازل عنها المستهلك من السلعة B والكمية التي يحصل عليها المستهلك من السلعة A في المقابل .

فعلي سبيل المثال ، لو كان المعدل الحد الاحلال = -٢ ، فأن هذا يعكس لنا مستوي الاشباع الذي يجب ان يحصل عليه المستهلك علي نفس منحني السواء ، الا وهو عدد ، وحدة اضافية من الوحدة B في كل مرة يتخلي فيها المستهلك عن وحدة واحدة من السلعة A.

ج- السمات المميزة للمعدل الحدي للاحلال:

Les propriétés du TMS

يتسم هذا المعدل بسمتان اساسيتان هما :

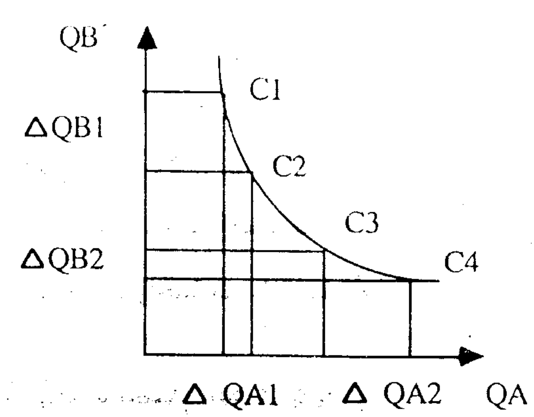
- تناقص هذا المعدل décroissance
- علاقة هذا المعدل بالمنفعة الحدية للاستهلاك

La relation avec l'utilité marginale

١-ج : تناقص المعدل الحدي للاحلال :

ان تقعر منحني السواء يعكس لنا السمة الاساسية، لمعدل الميل الحدي للاحلال ، وهي تناقص هذا المعدل، كلما اتجهنا الي اليمين اي كلما حاول المستهلك زيادة الكمية المستهلكة من السلعة A.

ويظهر تناقص المعدل الحدي للأحلال TMS جليا ، في الرسم البياني التالي :



ومن هذا الرسم يتضح لنا :

- انه في حالة انتقال المستهلك من C1 الي C2 فان المسافة بين C2,C1 تعكس لنا هذا التناقص .

- وكذلك المسافة من C3 الي Cu تؤكد ذلك .

ومن ثم فأن

وهذا هو التغير الأول في التوليفة السلعية $TMS1 = \frac{\Delta QB1}{\Delta QA1}$

التغير الثاني في التوليفة السلعية $TMS2 = \frac{\Delta QB2}{\Delta QA2}$

وينتج عن ذلك :

$$\Delta QB1 > \Delta QB2$$

و

$$\Delta QA1 < \Delta QA2$$

وينتج عن ذلك ان : $TMS1 > TMS2$

بمعني انه كلما كانت الكمية التي يضحي بها المستهلك من السلعة B تمثل قدر ضعيف كلما كان المعدل الحدي للاحلال كقيمة مطلقة - ضعيف ايضا (أقل) أي ان القيمة المطلقة للمعدل الحدي للاحلال دالة متناقضة لكمية السلعة الواقعة علي المحور السيني (الأفقي).

والعكس تماما بمعني انه كلما كانت الكمية المضحي بها من السلعة B كبيرة ، يكون المعدل الحدي للاحلال - كقيمة مطلقة اكبر وذلك ليعوض المستهلك عن المقدار الكبير الذي تخلي عنه من مجموعة ما في سبيل الحصول علي مقدار آخر من المجموعة الأخري .

ومع ذلك فأن هذا المعدل ذات طبيعة متناقصة

٢-ج العلاقة بين المعدل الحدي للاحلال والمنفعة الحدية

La relation entre TMS et t'utilité marginale

إذا نظرنا الي دالة المنفعة $U=F(QA, QB)$

نجد ان دالة المنفعة الكلية تفسر لنا الاشباعات التي تتحقق للمستهلك طبقا للكميات المستهلكة من السلعة .

وبذلك فأن التغير في الكميات المستهلكة من سلعة ما او من مجموعة سلعية معينة يؤثر حتي علي المنفعة الكلية . اي ان المنفعة الكلية دالة للتغير في الكميات المستخدمة من السلعة . ويمكنا تحديد تأثير التغير في الكميات المستهلكة من سلعة ما ، علي المنفعة الكلية من خلال ايجاد المشتقة الأولي لدالة المنفعة du .

يمكنا التعبير عن المشتقة الأولي لدالة المنفعة بالمعادلة التالية :

$$du= \frac{du}{dQA} .dQA + \frac{du}{dQB} .dQB$$

اي ان :

- المشتقة الجزئية لدالة المنفعة بالنسبة للكمية المستهلكة من السلعة

$$\frac{du}{dQA} = (QA)A$$

وبذلك نجد ان $\frac{du}{dQA}$ = المنفعة الحدية للكمية المستهلكة من A

- والمشتقة الجزئية لدالة المنفعة (U) بالنسبة للكمية المستلكة من

QB B هي $\frac{du}{dQB}$ = المنفعة الحدية لاستهلاك السلعة B

- ان dQA , dQB = التغير في استهلاك كل من السلعة A والسلعة B

التغير في استهلاك A $dQA= \Delta QA$

التغير في استهلاك B $dQB= \Delta QB$

وطلما ان التغير يكون علي طول منحني السواء، اي الانتقال من نقطة لأخري علي نفس منحني السواء، فأن المنفعة تظل ثابتة، بحيث تكون:

$$du = 0$$

او

$$\frac{du}{dQA} .dQA = \frac{du}{dQB} . dQB$$

ولتكن

$$\frac{dQB}{dQA} = \frac{du/dQA}{du/dQB}$$

وهذا يعني ان المستهلك يكون مستعد علي التخلي عن كمية معينة من السلعة A في مقابل الحصول علي نفس الكمية من السلعة B وهنا نجد ان هذا التساوي يعكس لنا الميل الحدي للاحلال TMS بمعني

وهنا يمكنا قياس المنفعة الحدية للسلعة B ، ليس في صورة وحدات المنفعة ، ولكن باستخدام السلعة A ، بمعني كم وحدة من السلعة B تعادل اهميتها وحدة واحدة من السلعة A وهذا هو المعدل الحدي للاحلال بين A,B

وبوجه اخر يمكن القول ، انه اذا أتيح للمستهلك كمية اكبر من السلعة B وكمية اقل من السلعة A ، فان المنفعة الحدية للسلعة A (النادرة نسبيا بالنسبة للمستهلك) تكون اكبر من المنفعة الحدية للسلعة B (الاقل ندرة نسبيا) ومن ثم فأن المستهلك سوف يضحي بكمية اكبر من B في سبيل الحصول علي وحدة واحدة من A.

الخلاصة

- تنبع اهمية تفيضلات المستهلك من اهمية السلع والخدمات بالنسبة لهذا المستهلك ، وقد اقترب الاقتصاديين المعاصرين بنظريتهم من الواقع لانهم لم يفضلوا عامل الزوق كأحد محددات تفضيلات المستهلك الرشيد .

- يعني عدم التشبع بالمفهوم الواسع عدم شعور الفرد بالتشبع من سلعة معينة يمعني ان كل وحدة اضافة يستهلكها الفرد من هذه السلعة تمنحه دائما درجة اضافية من الاشباع اما عدم التشبع بالمفهوم الضيق فتعني ان المستهلك قد يصل الي مرحلة التشبع بالنسبة لاحدي السلع وليس كل مفردات المجموعة السلعية .

- يستند المفهوم الترتيبي للمنفعة علي عدم اهمية التقييم العددي للمنفعة المتحققة للمستهلك من استهلاك سلعة ما أو مجموعة سلعية ، بل أن الواقع يفرض علي هذا المستهلك ترتيب هذه السلعة طبقا لاهميتها او للمنفعة المتحققة منها حسب ذوقه ودرجة تفضيلاته ومقدار احتياجاته .

- تتسم دالة المنفعة بأنها دالة متصلة يمعني انها لايمكن ان تتغير من قيمة الي اخري دون ان تأخذ في الاعتبار كل القيم والمتغيرات الوسيطة كما انها دالة محدبة او شبة محدبة .

- يمثل منحني الاشباع المتكافئ مستوي الاشباع المشترك الذي يمكن تحقيقه من مختلف المجموعات او التوليفات المتاحة للاستهلاك من السلع.

-تتسم منحنيات السواء بأنها ذات ميل سالب وان منحني السواء الاعلي هو افضل من منحني السواء الادني لانه يمنح المستهلك مستوي اعلي من الاشباعات . كما ان منحنيات السواء لايمكن ان تتقاطع في نقطة لان كل منحني يمنح المستهلك مستوي اشباع يختلف عن الاخر .

- منحني السواء الزمني هو ذلك المنحني الذي يمثل حالة تردد المستهلك في اختيار احدي السلع او احد المجموعات السلعية في خلال فترتين من الزمن .

- يمثل معدل الاحلال الحدي النسبة بين التغير في الكمية المستهلكة من سلعة ما والتغير في الكمية المستهلكة من سلعة اخري ومن ثم يمكن قياس المعدل الحدي للاحلال بميل المماس او بميل المنحني عند نقطة التماس.

- يتسم المعدل الحدي للاحلال بالتناقص كلما حاول المستهلك زيادة الكمية المستهلكة من سلعة معينة في مقابل تخفيض الكمية المستهلكة من السلعة الاخري ولكن تظل المنفعة ثابتة حيث ان الانتقال يكون من نقطة الي اخري علي طول منحني السواء والذي يمنح المستهلك مستوي اشباع ثابت.

الفصل الرابع

نظرية المستهلك

La théorie du consommateur

مقدمة:

مما لا شك فيه انه لا يمكن تفسير سلوك المستهلك من خلال منحنيات السواء، لان هذه المنحنيات تعكس لنا اختيارات المستهلك من بين المجموعات السلعية المتاحة له ، بصرف النظر عن مستوى دخله أو مستويات اسعار هذه السلع .

واذا كان المستهلك الرشيد يسعي الي تعظيم مستوي اشباعاته بأقل قدر من الإنفاق ، فأن هذا الأمر لا يمكن تحقيقه اذا أخذنا في الاعتبار مستويات الدخول الفردية وايضا اسعار السلع التي يرغب المستهلك في الحصول عليها لتعظيم اشباعاته ، وهذا يقودنا الي تحليل تأثير كل من الدخل والاسعار علي سلوك المستهلك .

١ - قيد ميزانية المستهلك:

La contrainte budgétaire du consommateur

يمكن تعريف **قيد ميزانية المستهلك** بأنها قيد الدخل الذي يحدد كمية النقود المخصصة للإنفاق علي السلع والخدمات التي يرغب المستهلك في الحصول عليها لتعظيم إشباعاته .

ومن ثم فأن تحقيق رغبته في الحصول علي كميات معينة من السلع والخدمات التي يحتاج اليها لتعظيم اشباعاته يتوقف علي مستوي الدخل المتاح له ، ومن ثم تصبح محدودية الدخل بمثابة القيد الذي يحدد قدرة المستهلك علي الشراء .

ولتوضيح ذلك نفترض أن :

- المستهلك يحصل علي دخل = R = الميزانية المتاحة للمستهلك
- ان هذا الدخل سوف يوجه لشراء السلعة A
- ان سعر هذه السلعة = PA
- ان A هي السلعة الوحيدة التي تمثل طلب المستهلك لاشباع احتياجاته
- ان الكمية التي يمكن استهلاكها اي شرائها من QA=A

ومن ثم فأن :

$$QA = \frac{R}{PA} \qquad (1)$$

وأن

$$R = PA \, . \, QA \qquad (2)$$

ويمكن ان يطلق علي المعادلة (2) اصطلاح قيد الميزانية الخاصة بالمستهلك الفرد Contrainte budgétaire ، حيث تحدد هذا القيد كيفيه استخدام المستهلك لدخله المحدود لتلبيه احتياجاته الاستهلاكية ومن ثم فعلي المستهلك الرشيد ان يراعي حدود انفاقه الكلي Le montant totale des depenses بمعني ان يكون هذا الانفاق أقل من الدخل المتاح له ، أو علي الأقل متساوي مع هذا الدخل حتي لا يضطر هذا المستهلك الي الألتجاء للأفتراض .

اي ان الدخل = سعر السلعة x الكمية المستهلكة منها = المبالغ المنفقة علي الاستهلاك .

وبنفس المنطق لو افترضنا ان متطلبات المستهلك تتكون من مجموعة من السلع اي لا تقتصر علي سلعة واحدة مثلما كانت الفرضية السابقة ، ولتكن

X1, X2 ...., Xn

فأن قيد الميزانية يمكن ان يكون

$$R = (PX1 \, .QX1) + (PX2 \, . \, QX2) \, ... + (PXn \, . \, QXn)$$

ولتبسيط الأمر سوف نفرض ان متطلبات المستهلك تنحصر في مجموعتين من السلع B,A وبذلك فأن قيد الميزانية يمكن التعبير عنه :

$$R= PA . QA + PB . QB$$

اي ان الدخل = سعر السلعة A × الكمية المستهلكة منها + سعر السلعة B × الكمية المستهلكة منها = المبالغ المنفقة علي شراء السلعتين .

آ-التصوير البياني لقيد الميزانية

Représentation graphique de la contrainte budgétaire

اذا نظرنا الي التعبير العام لقيد الميزانية L'expression géné-rale de la contraint budgétaire لوجدنا انه يمكنا التعبير عنه بخط مستقيم للموازنة والاسعار ، في الوقت التي تمثل فيه الكميات المختلفة والمتغيرات الأخري (QA, QB) والتي تتأثر بهذا الخط . وهذا يجعلنا ننظر الي كل من :

- الميزانية الخاصة بالاستهلاك (بنود الدخل الموجة للاستهلاك)
- الاسعار كمعطيات

+ ان الشئ الوحيد الذي يتغير هو الكميات المستهلكة من احدي

السلعتين علي حساب الأخري

- فإذا كان QB احد المتغيرات

فأن المعادلة الخاصة بقيد الميزانية يمكن ان تصبح كالتالي:

$$QB = -PA/PB. QA + R/PB$$

حيث ان : $PA , PB > 0$

وهنا نجد ان سعر كل من B,A لابد ان يكون رقم موجب وليس صفر لانه يتعلق بسلع أقتصادية نادرة نسبيا وتخضع لنظام التسعير ، وليس سلعة حرة وايضا نجد أن :

$$R, QA, QB > 0$$

حيث ان : قيد الميزانية أو حدود الدخل =R

الكمية المستهلكة من QA = A

الكمية المستهلكة من QB = B

سعر السلعة PA = A

سعر السلعة PB = B

وهنا يمكنا تصوير خط الميزانية ، اي خط الدخل ، بخط مستقيم ذات ميل سالب . حيث يعكس لنا هذا الميل معكوس النسبة بين اسعار كل B,A. بمعني ان ميل هذا الخط يساوي معكوس الأسعار النسبية للسلعة A ، والسلعة B .

$$\text{والسعر النسبي} = \frac{PA}{PB} = \frac{\text{سعر}A}{\text{سعر}B}$$

وبذلك نجد ان معادلة خط الميزانية تشير الي انه عندما تكون الكمية المطلوبة من A QA= صفر

$$QA = 0$$

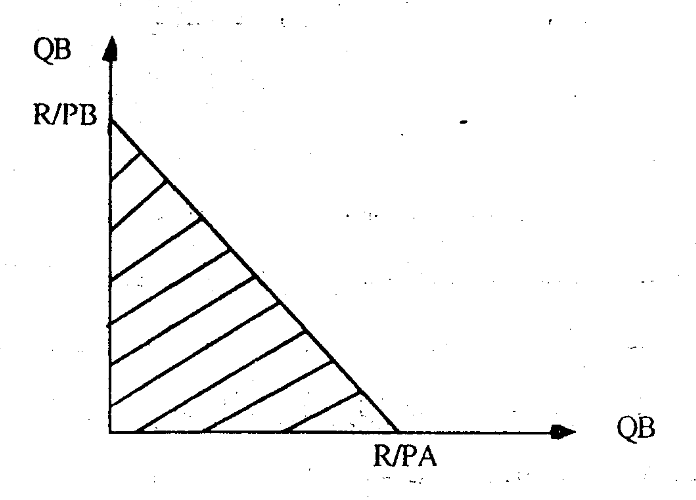
فأن

$$QB = \frac{R}{PB}$$

وعندما تكون الكمية المطلوبة من B = صفر فأن QB = 0

$$QA = \frac{R}{PA}$$

ومن ثم نجد ان هذا الخط يقطع المحور الأفقي عند النقطة R/PA والمحور الرأسي عند النقطة R/PB . كما يوضح الشكل التالي :



من الرسم السابق يتضح لنا ان :

- خط الميزانية (قيد الدخل) يمثل العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وسعر هذه السلعة ، لو كان الاستهلاك مقصورا علي هذه السلعة، ، اي لو كان الدخل المخصص للانفاق الاستهلاكي موجه الي هذه السلعة فقط .

- ان قيد الميزانية هو الخط الذي يمر بـ $\frac{R}{PB}$ ، $\frac{R}{PA}$

- ان كل نقطة علي هذا الخط تمثل توليفه تشتمل علي كمية معينة من A وكمية معينة من B.

- ان جميع النقاط المثلة بالخطوط يمكن تحقيقها لانها داخل خط الميزانية اي انها في اطار امكانيات المستهلك .

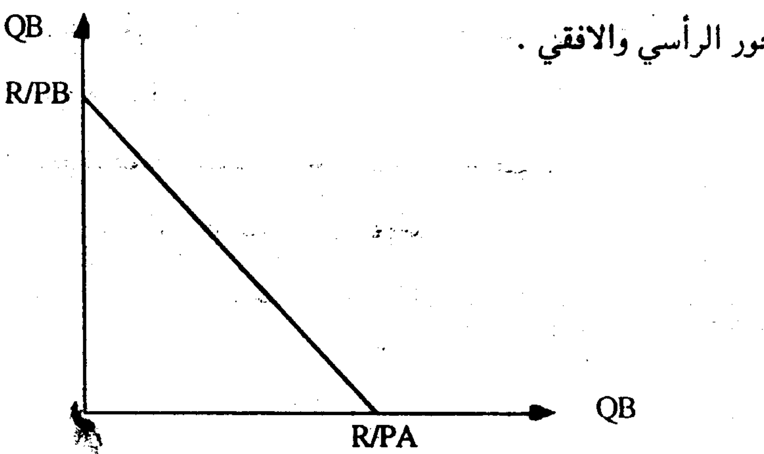
- ومن ثم يستطيع المستهلك ان يختار اي توليفة من QB,QA داخل المثلث .

٣- نظرية الأختيارات وتوازن المستهلك:

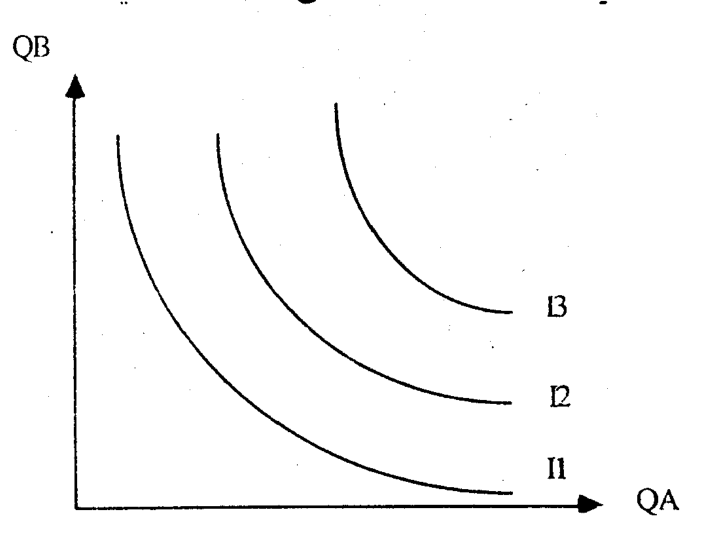
La théorie des choix et l'équilibre du consommateur

تهتم هذه النظرية بتوضيح الأسسس التي تحدد الأختيارات الأستهلاكية وبوجه عام يمكن للمستهلك ان يصل الي حالة التوازن عندما يستطيع الحصول علي هذه الأسس أو المحددات الأساسية للأختيارات الاستهلاكية بمعني ان هذا المستهلك يصل الي المركز التوازني عندما يكون في استطاعته الحصول علي التوليفة Combinaison او المجموعة السلعية التي تسمح له بتعظيم اشباعاته، في حدود دخله ، اي مع الأخذ في الاعتبار قيد الميزانية الذي يتمثل في مستوي الاسعار والبنود المخصصة للانفاق الاستهلاكي .

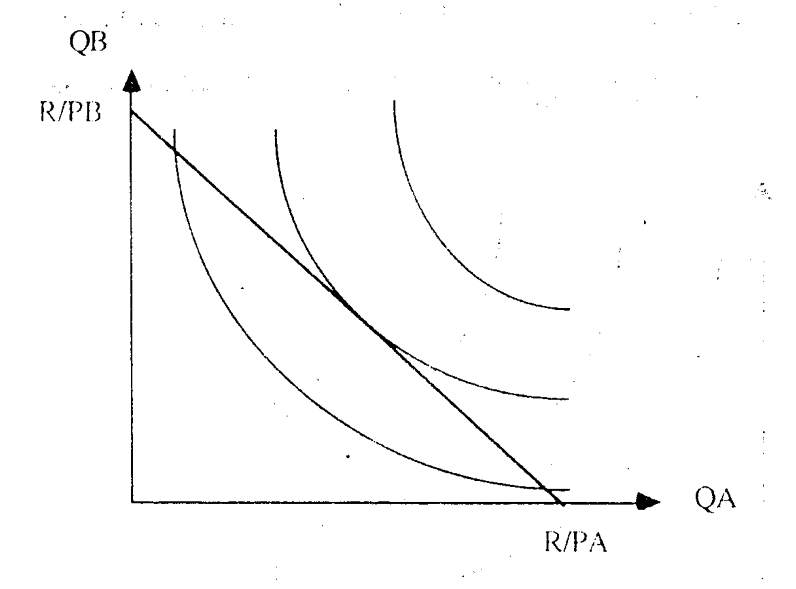
ولقد سبق واكدنا ان هذه المجموعة او التوليفة السلعية هي التي تقع داخل المثلث الواضح في الرسم التالي أي داخل خط الدخل او قيد الميزانية والمحور الرأسي والافقي .



اما بالنسبة لاختيارات المستهلك فهي تتحدد بمنحنيات تفضيل المستهلك او بخريطة تفضيلات المستهلك كما هو واضح بالشكل التالي :



وكما سبق وذكرنا ان قيد الميزانية يستطيع ان يؤثر ويحدد مستوى الأشباع الذي يتحقق للمستهلك فأن هذا العامل (قيد الدخل R) دالة للمتغيرات QB,QA اي الكميات التي يمكن الحصول عليها من كل مجموعة من المجموعتين المتاحتين للمستهلك ويمكن تصوير ذلك بيانيا بالرسم التالي :



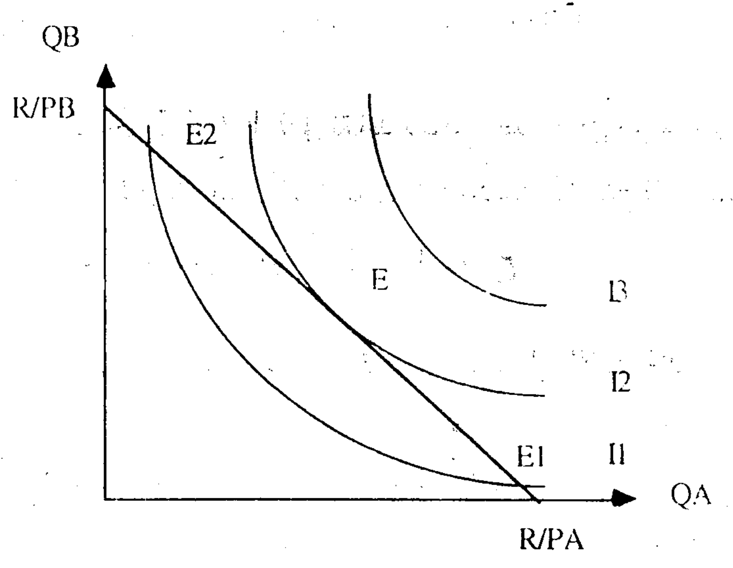
٤- تحديد نقطة توازن المستهلك:

Détermination du point d'éuilibre

أن تحـديد **نقطة توازن المستهلك تعني تحديد النقطة التي تسمح للمستهلك بالحصول علي اقصي اشباع ممكن في حدود دخله المتاح .** وبطبيعة الحال فأن هذه النقطة هي النقطة التي تقع علي منحني التفضيل أو المنحني السواء الأعلي (طبقا النظرية السواء).

وبوجه أخر يمكن القول ان المجموعة السلعية التي تكفل للمستهلك المركز التوازني ، هي المجموعة التي تتحدد بتقاطع خط الدخل مع منحني السواء،

اي نقطة تماس Le point de tangence خط الميزانية أو الدخل مع منحني السواء الأعلي. كما توضح الشكل التالي :



من الرسم السابق نجد :

- ان النقطة E هي نقطة توازن المستهلك

- ان هذه النقطة تقع علي منحني السواء I2 اي المنحني الأعلي بالنسبة لحدود الدخل .

- ان المنحني I3 اعلي من امكانيات المستهلك ولا يمكن الوصول اليه لانه يعلو عن خط الدخل ومن ثم فهو خارج نطاق المفاضلة أو الاختيار .

- اي نقطة تقع علي المنحني رقم I1 يمكن تحقيقها اي يمكن الحصول علي التوليفة السلعية الخاصة بها ولكنها سوف لا تمنح المستهلك القدر الأفضل

من الاشباع الذي يتطلع اليه ومن ثم لا يمكن ان تكون نقطة توازن لان المستهلك يستطيع ان يحصل علي قدر أعلي يتمشي مع امكانياته . فهي أقل من امكانياته ،و اختياره لها معناه اهدار امكانياته .

- ان النقاط E2, E1 تمثل نقاط تقاطع خط الدخل مع منحني السواء رقم I1 ومع ذلك لا تعتبر نقاط توازن لان النقطة E تمنح للمستهلك اشباع اعلي وكميات اكبر من المجموعتين وبذلك تصبح :

نسبة الأشباعات المحققة = قيمة الانفاق علي الاستهلاك

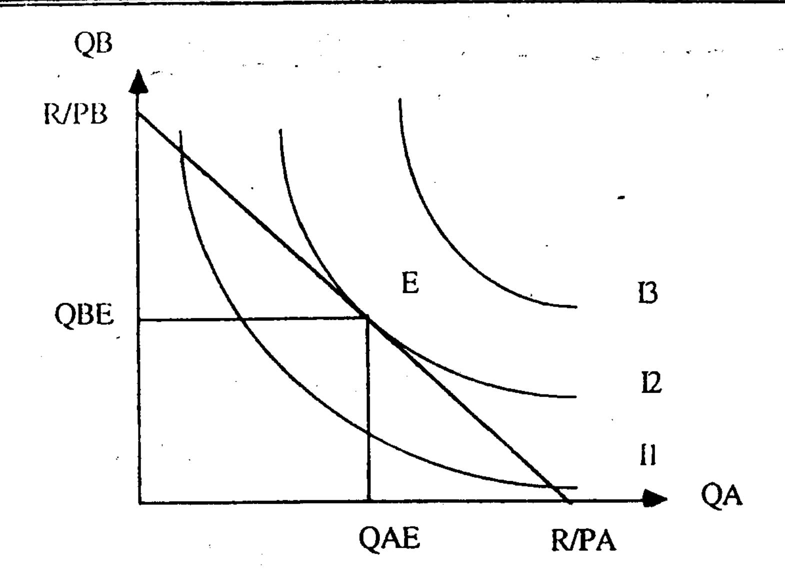
↓ ↓

المنفعة المكتسبة = المنفعة المضحي بها

وهذا ما يؤكده تماس خط الدخل مع منحني السواء رقم I2 ونتيجة لذلك نجد انه عند النقطة E يستطيع المستهلك ان يعظم اشباعاته في حدود دخله (اي مع الاخذ في الاعتبار مستوي الدخل ومستوي الأسعار) اي في حدود القوة الشرائية لدخله ومن ثم فأن المركز التوازني للمستهلك يكون عند الكمية :

- QAE من السلعة A
- QBE من السلعة B

كما يوضح الشكل التالي :



وهذا يقودنا الي تحليل دالة الطلب ومحدداته.

٥- دالة الطلب الفردي:

La fonction de demande individuelle

يمكننا تعريف دالة الطلب بأنها العلاقة بين التغيرات في الاسعار والدخول الفردية من ناحية وبين التغير في الطلب من ناحية اخري ، وذلك عندما يتحقق للمستهلك المركز التوازني .

ومن ثم يمكن التعبير عن دالة الطلب بالمعادلة التالية :

$$Xi = f(P1, P2 \ldots\ldots Pi\ldots Pn, R)$$

حيث أن :

-الطلب علي السلعة i عندما يحقق للمستهلك المركز التوازني =Xi

-أسعار المجموعة السلعية(n) من بين المجموعات السلعية المتاحة =P1, P2

- سعر السلعة Pi= i

- خط الدخل المتاح للانفاق الاستهلاكي =R

- دالة الطلب الرشيد =f

٦- تجانس دالة الطلب:

L' homogéneite de la fonction de demande

عندما تتغير الاسعار وكذلك مستويات الدخل المتاح للمستهلك بنفس النسبة فأن الكمية المطلوبة من السلعة i تظل كما هي بدون تغيير عند المستوي Xi

وحيث ان التوازن الأصلي :

$$\sum_{i=1}^{n} P_i X_i = R$$

فلو افترضنا ان التغير في الدخل والاسعار سوف يتحدد بالنسبة (t) فان المركز التوازني الجديد يصبح :

$$\sum_{i=1}^{n} (1+t) Pi - X' i = (1+t) R$$

حيث ان

$$(1+t) \sum_{i=1}^{n} Pi - X' i = (1+t) R$$

وايضا :

$$\sum_{i=1}^{n} Pi - X' I = R$$

وبمقارنه التوازن الاصلي initial ، التوازن النهائي final نجد ان :

$$X'i = X1$$

وبذلك تصبح دالة الطلب لسلعة ما بالنسبة لاسعارها وللدخل المتاح دالة من الدرجة الصفرية . وبمعني اخر ، ففي حالة تغير الإسعار والدخل بنفس النسبة فأن الكمية المطلوبة من السلعة لا تتأثر اي لا تتغير لان الزيادة في الدخل تلغي تماما الزيادة في الاسعار وتصبح الدالة صفرية .

٧- طلب السوق : La Demande du Marché

يمكن تعريف الطلب بأنه العلاقة التي توضح الكميات التي يرغب ويستطيع المستهلك شرائها من سلعة معينة وذلك عند كل مستوي من مستويات اسعارها في خلال فترة زمنية معينة. وفي حالة بقاء الاشياء الاخري علي حالها.

ويتم حساب تقديرات الطلب خلال فترة زمنية معينة (يوم ، اسبوع ، شهر ، عام ،) بحسب طبيعة السلعة (استهلاكية جارية او معمرة) وذلك لقياس الرغبة ومعدل القوي الشرائية للمستهلك .

وهنا نجد ان الطلب يعكس لنا الرغبة في الحصول علي السلعة المدعمة، بالقدرة علي دفع ثمنها .

الطلب

الرغبة في الحصول علي السلعة — **القدرة علي الشراء**

يمعني ان توافر الرغبة وانعدام القدرة علي الشراء لا تعتبر طلب ، بل مجرد رغبة او امنية في الحصول علي شيئ وبنفس المعني ان توافر القدرة علي الشراء وانعدام الرغبة لا يمثل طلب . **لان الطلب هو مزيج من الرغبة**

والقدرة علي الشراء وعلي سبيل المثال فأن رغبة الطالب في شراء سان.وتش من الكافتيريا داخل مكتبة يعتبر طلب لان الطالب يكون في حالة جوع ورغبة في الاكل فيما بين المحاضرات وفي نفس الوقت فأن سعر الساندوتش محدد ، اي ان الطالب يكون قادر علي دفعه . أما رغبة الطالب في امتلاك سيارة رولزويس Rolls Royce رياضية يصبح مجرد أمل يداعبه من وقت لآخر لانه لا يستطيع دفع ثمن هذه السيارة في اطار مصروفه اليومي المحدود . اي انها تقع خارج نطاق امكانياته .

وهذا ما يفسره لنا قانون الطلب .

ا- قانون الطلب : La loi de demande

مما لا شك فيه ان اي مستهلك يرغب في شراء السلع الأرخص نسبيا عن غيرها من السلع الأغلي نسبيا ، طالما ان هناك تقارب في مستوي الجودة . فعلي سبيل المثال يلجأ المستهلكين الي زيادة مشترياتهم من الملابس الجاهزة والاحذية والسلع المنزلية الكهربائية في خلال فترات التخفيضات السنوية او الموسمية للأسعار (التصفيات) وهذا شئ طبيعي وأمر منطقي للغاية بسبب وجود قيد الميزانية السابق التعرض له والعكس تماما في حالة ارتفاع الاسعار يلجأ الفرد منا الي تخفيض الكميات المشتراه حتي يستطيع موازنة البنود الاخري لنفقاته الاستهلاكية[١]

---

(١) الملبس - المواصلات - التعليم - الصحة - التليفونات ..... الخ

وبذلك نجد انه كلما ارتفعت اسعار سلعة ما كلما انخفضت الكمية المطلوبة منها وهذا هو **قانون الطلب الذي يعكس لنا العلاقة العكسية بين التغير في الكمية المطلوبة من سلعة ما وبين التغير في مستوي سعرها** . يعني انه :

كلما ارتفع السعر P كلما انخفضت الكمية المطلوبة Qb

وجدير بالذكر ان قانون الطلب يفترض بقاء الاشياء الأخري علي حالها

ب- محددات الطلب : Les déterminants de la demande

لقد سبق وذكرنا ان قانون الطلب يستند أساسا علي العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وبين التغير في اسعارها ، ولذلك فإن :

١-ب :مستوي الاسعار يعتبر المحدد الأول للكمية المطلوبة من السلعة .

وهنا يختلف الطلب عن الكمية المطلوبة حيث أن الطلب يتمثل في ضرورة توافر :

١- الرغبة أي الحاجة . ٢- والقدرة علي الشراء .

أما الكمية المطلوبة فهي تعتمد أساسا علي التغير في اسعار السلع المطلوبة .

٢-ب : أثر التغير في الدخل .

وهنا يثار تساؤل هام :

ما الذي يمكن أن يفسر لنا ميكانيكية قانون الطلب ؟ ولماذا يطلب كمية أقل عندما يكون السعر أعلي ؟ وكمية أكبر عندما يكون السعر أقل ؟

إن الاجابة علي هذا السؤال تتبلور في ندرة الموارد أي محدودية الموارد ولا نهائية الحاجات أي الرغبات المراد إشباعها من خلال تلك الموارد النادرة.

موارد محدودة — حاجات غير محدودة اي لا نهائية

وهذان هما المحددان الأساسيان للمشكلة الاقتصادية بشكلها العام.

وفي هذا الصدد نجد ان هناك المئات بل الآلاف من السلع التي توجه لاشباع حاجة بعينها ، فعلي سبيل المثال في حالة الجوع ، يمكن للشخص مواجهة تلك الحاجة بالأكل ، وهذا الأكل متنوع بصورة كبيرة جدا، فمثلا قد يستطيع تناول وجبة سريعة مثل الساندوتش أو قطعة بيتزا أو وجبة متكاملة من اللحوم والخضروات والارز والفواكة، او وجبة متكاملة من الدواجن والمكرونة ، أو من الأسماك بجميع أنواعها.

نفس الشئ بالنسبة للملابس ، ففي فصل الشتاء نجد أن الفرد يحاول الاحتماء من البرد القارس بالملابس الثقيلة وقد تكون هذه الملابس صوفية او

خيوط صناعية رخيصة الثمن ، وقد تكون من بيوت الأزياء العالمية المرتفعة الثمن وقد تكون متواضعة إلي غير ذلك ولكنها جميعا تفي الحاجة إليها وهي الدفء وفي فصل الصيف قد يلجأ الأفراد إلي استخدام المكيفات لتبريد الجو، وتخفيف حدة الحر سواء كانت اجهزة تكييف أو مراوح أو غير ذلك .

ويظل السؤال هنا لماذا تختلف الوجبات ولماذا تختلف الملابس ولماذا يختلف الأفراد في استخدام وسائل تخفيف حرارة الجو ؟

والإجابة توضح لنا أيضا ندرة الموارد المالية بالنسبة لبعض الأفراد ، ووفرتها بالنسبة للبعض الآخر، فالطالب الذي يحصل عي مصروف يومي ضئيل سوف يتجه الي محل الساندوتشات المتواضع ليشتري ساندوتش رخيص الثمن ليسد به جوعه . أما رجل الأعمال ذو الدخل اللانهائي فسوف يدخل مطعم خمس نجوم ليتناول وجبة غذائية وأيضا ليشتري الملابس الغالية وليستخدم أجهزة التكييف لتبريد الجو.

وبذلك نجد أن اختلاف توزيع الدخول الفردية سيصبح محورا أساسيا لتوجية الطلب نحو سلع معينة أو لمنح الفرد مزيدا من القوة الشرائية لزيادة الكمية المطلوبة من سلع أخري . بمعني أن الطلب دالة في الدخل .

$$D=f(Y)$$

أي أنه كلما زاد الدخل كلما زاد المقدار المخصص منه للإنفاق بنوعيه استهلاكي وادخاري كلما زادت الكميات المطلوبة من السلع الأساسية وأيضا الكمالية .

ويمكننا هنا التمييز بين الدخل الأسمي والدخل الحقيقي

Le révénu nominale et le révénu reele .

فالدخل الاسمي هو القيمة النقدية للدخل الذي يحصل عليه الفرد فعلى سبيل المثال لو كان الموظف يحصل علي ٥٠٠ جنية كمرتب شهري فهذا هو الدخل الاسمي لهذا الموظف .

أما الدخل الحقيقي فهو قيمة القوة الشرائية لهذا الدخل أي :

$$\text{الدخل الحقيقي} = \frac{\text{الدخل الاسمي}}{\text{المستوي العام للاسعار}}$$

فإذا كان هذا الموظف الذي يتقاضي ٥٠٠جنية راتب شهريا يحاول معرفة قيمة دخله الحقيقي فلابد ان يقيس قيمة الـ ٥٠٠جنية مقومة بكمية السلع والخدمات التي يمكن شرائها بهذا المقدار النقدي.

فإذا كان سعر كيلو اللحوم ٢٥ جنية فإن الدخل الحقيقي لهذا الموظف مقوما بعدد الكيلوات من اللحوم .

$$= \frac{٥٠٠}{٢٥} = ٢٠$$ كيلو من اللحوم .... وهكذا .

ومن ثم يمكن القول أن ارتفاع المستوي العام للأسعار[1] يؤدي إلي انخفاض مستويات الدخول الحقيقية المتمثلة في القوة الشرائية للدخل أو للنقود .

ومن ثم فإن الكمية المطلوبة من سلعة معينة تتناقص أو تتزايد كأثر لتغير الدخل ، فهي تتناقص بتناقص الدخل والعكس الصحيح .

... وأيضا يمكنا القول أن ارتفاع أسعار إحدي السلع الهامة أو الضرورية للمستهلك تؤدي إلي انخفاض دخله الحقيقي وذلك لانخفاض قدرته علي شراء تلك السلعة أي انخفاض القوة الشرائية لدخله . ولذلك فإن من الطبيعي أن تنخفض الكمية المطلوبة من هذه السلع - مع افتراض بقاء الأشياء الأخري علي حالها . أما لو حدث العكس أي انخفضت أسعار سلعة معينة فإن هذا يعكس لنا زيادة الدخل الحقيقي للمستهلك ، مما يدفعه لزيادة الكمية المطلوبة من هذه السلعة .

وجدير بالذكر أن أثر تغير الدخل يصبح هاما بدرجة أكثر أي تكون نتائجه أكثر وضوحا بالنسبة للسلع الضرورية والتي يخصص لها المستهلك نسبة هامة من دخله (مثل سلع الغذاء والملبس والاسكان) حيث تلتهم هذه السلع والخدمة السكنية ما يقرب من ٨٠٪ من دخل معظم الأسر في مصر .

---

(١)اسعار السلع والخدمات وأسعار الفائدة .

٣-ب: أثر التغير في أسعار البدائل .

مما لا شك فيه أن هناك كثيرا من السلع المتماثلة أو المتشابهة أو البديلة ومن هذه السلع يمكنا التمييز بين مجموعتين أساسيتين هما :

١- **البدائل الكاملة** وهي التي تشبع نفس الحاجة ، وبنفس القدر من الإشباعات مثل الكوكاكولا والبيبسي كولا ، المياة المعدنية بركة والمياة المعدنة دلتا ، أي سلع التي تتماثل تماما مع بعضها .

٢- **البدائل غير الكاملة** وهي السلع التي تتشابه مع بعضها أي توجه لمواجهة نفس الحاجة ولكن بقدر أقل من الإشباع لعدم تماثلها التام مع السلع الأصلية . مثال اللحوم الطازجة واللحوم المجمدة المستوردة - الألبان الطبيعية والألبان البودرة - الزبد الطبيعي - الزبد الصناعي - قطع غيار السيارات الأصلية وقطع الغيار المقلدة الي غير ذلك .

فبالنسبة للحالة الأولي أي **حالة البدائل الكاملة** فإن ارتفاع أسعار الكوكاكولا سوف يؤدي إلي زيادة الكمية المطلوبة من البيبسي والعكس تماما وأيضا بالنسبة للمياة المعدنية فإن انخفاض أسعار المياه بركة سوف تقلل من الكمية المطلوبة من المياة دلتا وهكذا وذلك لأن كلا منهم بدائل متماثلة أي بدائل كاملة . وذلك لأن ارتفاع اسعار الكوكاكولا سيجعل

البيبسي كولا أرخص نسبيا من وجهة نظر المستهلك الذي يسعي جاهدا - طبقا لقانون الطلب - لزيادة الكميات المطلوبة من السلعة الأرخص نسبيا، حتي يحقق هدفه الأساسي وهو تعظيم إشباعاته في ضوء دخله المتاح[1] .

أما بالنسبة للبدائل غير الكاملة فإن ارتفاع سعر سلعة اللحوم الطازجة أو اللبن الطازج أو الزبد الطبيعي سوف يدفع المستهلك لتخفيض الكمية المطلوبة من هذه السلعة وتعويض نقصه في الطلب من خلال زيادة الكمية المطلوبة من البديل غير الكامل أي البديل الأقل، نظرا لمحدودية موارده المالية ، أو لانخفاض دخله الحقيقي مقوما بالسلعة الأصلية .

وهنا نجد أن هذا السلوك التلقائي للمستهلك والذي تحكمه في نفس الوقت قيود اقتصادية بحته مثل قيد الدخل وقيد السعر - يطلق عليها **اثر الاحلال** وهذا الأثر معناه لجوء المستهلك لإحلال السلعة الأرخص نسبيا محل السلعة الأعلي نسبيا من أجل تعظيم إشباعاته في حدود إمكانياته .

وهنا نجد أن التغير في الأسعار يطلق عليه التغير النسبي لأنه تغير في أسعار سلعة بالنسبة للأخري ، أي أن الزبد الطبيعي أصبح أغلي بالمقارنة بأسعار الزبد الصناعي ، أي أن الزبد الصناعي أصبح أرخص بالنسبة لأسعار الزبد الطبيعي . وهذا الأمر يتعلق بالأسعار النسبية .

(١) أي تحقيق أقصي إشباع ممكن بأقل تكلفة ممكنة .

وخلاصة القول أنه في حال ارتفاع أسعار جميع السلع (بدائل كاملة أو غير كاملة) بنفس النسبة فسوف لا يكون هناك تغير في الأسعار النسبية ولا يظهر إطلاقا أثر الإحلال لعدم وجود الأساس أو السبب الرئيسي لهذا الإحلال .

٤-ب: أسعار السلع المكملة .

إذا كان هناك عدد لانهائي من السلع المتماثلة أو البديلة ، فإن هناك أيضا عددا لانهائيا من السلع المكملة ، والسلع المكملة يمكن إعتبارها بمثابة الجزء الثاني للسلعة الأصلية، أي الأساس لاستخدام السلع الأصلية والتي تصبح غير ذات قيمة بدون وجود السلع المكملة .

فعلي سبيل المثال نجد أنه لا يمكن استخدام فرشاه الأسنان بدون معجون تنظيف الأسنان ، ولا الغسالة الكهربائية للملابس أو الأطباق بدون استخدام مسحوق التنظيف ، ولا مضرب التنس بدون وجود كورات التنس ، ولا آله التصوير بدون وضع فيلم التصوير في هذه الآلة ، ولاجهاز مسجل الصوت بدون وضع شرائط التسجيل ، ولا السيارة بدون بنزين أو غاز طبيعي ، ولا جهاز الكمبيوتر بدون وجود الهاردوير والسوفت وير soft ، hard ware ware وهكذا حيث أنه لا يمكن استخدام سلعة معينة بدون مكملاتها حتي تفي الغرض من استخدامها .

وهـــنا نجد أن **ارتفـاع أسعار السلع المكملة** قد يقلل من الطلب على السلعة الأصــلية لأنـــه يعطينا نفس أثر التغير في الأسعــار والعلاقــة العكسيـــة بين الأسعار والكمية المطلوبة (طبقاً لقانون الطلب) .

ومــــن ثم فإن **انخفـاض أسعار السلعة المكملة** سوف يؤدي إلى زيادة الطلب عــلى الســلعة الأصلية إلى زيادة الطلب على هذه الغسالات ، لأن المستهلك قد يدفــع ثمـــن السلعة الأصلية مرة واحدة ولكن يدفع ثمن السلعة المكملة كل يوم . ولذلــك قــد يفضــل بعض المستهلكين شراء السيـــارات الكورية أو اليابانية لانخفــاض اســتهلاكهــا مــن البنزين في حين يحجم عن شــراء السيـــارات الأمريكية الصنع لارتفاع معدلات استهلاكهـــا من البنزين .

٥-ب التغير في توقعات المستهلك .

ويرتبط هذا المحدد بتغير توقعات المستهلك بالنسبة للعوامل التي يمكن أن تؤثر علي الكمية المطلوبة من جانبه من سلعة معينة ، وذلك مثل مستوى دخله المستقبلي والتغير في الأسعار المستقبلية . فعلي سبيل المثال إذا توقع أحد أصحاب القرى السياحية في شرم الشيخ زيادة معدلات الإشغال السياحي في قريته من خلال ورود الطلبات إليه من شركات السياحة ، فإن هذا سيدفعه بالضرورة إلي زيادة طلبه علي شراء مزيد من سيارات الركوب

، وزيادة تخزين المواد الغذائية الكفيلة بمواجهة تزايد الوفود السياحية ، أو حتي تغيير سيارته الخاصة بسيارة أفضل وأحدث. وهنا نجد أن زيادة طلبه علي هذه السلع والخدمات لاتعتمد فقط علي مستوي إيراداته الحالية(دخله الحالي) بل علي دخله أو إيراداته المتوقعة من خلال زيادة وفود السائحين علي قريته السياحية .

وبنفس المنطق إذا توقع الأفراد زيادة أسعار سيارات الركوب ، وزيادة أسعار أحد السلع المعمرة ابتداء من أول العام القادم ، فإنهم سوف يلجئون إلي شراء احتياجاتهم من هذه السلع هذا العام حتي ولو كان من خلال الادخار السالب (أي الاقتراض أو الشراء بالتقسيط)وفي نفس الوقت لو حدث التوقع بانخفاض الأسعار المستقبلية ، فإن هذا سيدفع المستهلكين إلي تأجيل استهلاكهم للعام القادم وذلك للاستفادة من انخفاض الأسعار .

إلا أن هذا التعجيل أو التأجيل في الاستهلاك لا يسري إلا علي السلع المعمرة أو السلع القابلة للتخزين ، فعلي سبيل المثال لو توقع المستهلك أن أسعار الألبان أو منتجات الألبان سوف ترتفع الشهر القادم ، فسوف لا يستطيع شراء كمية من هذه المنتجات تكفيه لمدة عام مثلا لأنها عرضة للتلف وغير قابلة للتخزين إلا خلال أسبوع علي الأكثر .

٦-ب: التغير في عدد المستهلكين .

لقد سبق وذكرنا أن **طلب السوق يتكون من مجموع الطلبات الفردية علي سلعة ما** ، ولذلك فإنه كلما زاد عدد المستهلكين كلما اتسع نطاق السوق وكلما زاد طلب السوق والعكس تماما ، حيث أن انخفاض عدد المستهلكين معناه انخفاض طلب السوق وانكماش نطاق السوق . وهنا نجد أن زيادة عدد المستهلكين يغير في الطلب ، ولذلك فإن زيادة معدل نمو السكان من شأنه زيادة طلب السوق ، فعلي سبيل المثال نجد أن زيادة عدد المواليد سوف يؤدي إلي زيادة الطلب علي ألبان الأطفال والعكس تماما ، وهنا نجد أن الطلب يمكن أن يتغير نتيجة لتغير عدد السكان وذلك نتيجة لتغير معدل نمو السكان .

٧-ب : التغير في الأذواق .

وهذا المتغير يرتبط أساسا بدخول أنماط جديدة إلي الاستهلاك أي بتغير الأنماط الاستهلاكية للمجتمع ، وهنا يمكننا التساؤل : هل يفضل الشباب استخدام الكاتشاب مع البيتزا ؟ أو المايونيز مع ساندوتش البيرجر؟ وهل يفضلون ارتداء الجينز ؟

الإجابة بالإيجاب علي هذا التساؤلات معناها دخول أنماط استهلاكية

جديدة علي المجتمع المصري لم يكن يعرفها من قبل . ولكن نظرا لزيادة الاتصالات مع العالم الخارجي فقد طغي هذا النوع من النمط الاستهلاكي الذي كان غير مألوف علي السطح ليصبح مألوفا ، بل أساسيا بالنسبة للشباب .

وهنا نجد أن اختيار أنواع معينة من الطعام أو أنواع خاصة جدا من الملابس أو العطور أو دور عرض الأفلام السينمائية أو الأشرطة الموسيقية أو القراءات ، تعكس لنا الاختيار والذوق الخاص بكل مستهلك أو بشريحة معينة من المستهلكين .

ومن ثم فإن الذوق يعكس لنا ما يحبه أو يفضله الفرد ومالا يحبه أو يفضله الفرد من السلع والخدمات . ولكن هذا الأمر يجعلنا نتساءل ما هي المحددات التي تؤثر علي هذا الذوق ؟

بالرغم من صعوبة الاجابة علي هذا السؤال ، لأن لكل فرد ذوقه الخاص ، إلا أن هذه الإجابة هامة جدا بالنسبة للاقتصاديين ، حيث من خلالها يستطيعون معرفة مدي تأثير اتجاهات الذوق العام علي الطلب ، وخصوصا أن هذا الذوق يعتبر هام جدا في تحديد اتجاهات الطلب علي سلعة ما ، حيث أن تغير الذوق يغير من الطلب علي السلعة .

ولكنا يمكنا ارجاع التغير في الأذواق إلي :

- **الإعلان** فهو كفيل بتكثيف الدعاية لسلعة ما، ومحاولة إغراء المستهلك بشتي وسائل الدعاية وبذلك فقد يتعلق ذلك بإدخال سلعة جديدة (مثل الشيبسي - حلو الأطفال - البيتزا - الساندوتشات- المأكولات الجاهزة إلي غير ذلك)

- **التقليد والمحاكاه** وهو سلوك إنساني ينبع من محاولة الفرد للتقليد بغيره من المستهلكين لشعوره بأفضليتهم عنه، ومن ثم يحاول أن يرتقي السلم الاجتماعي من خلال هذا التقليد باقتناء ماركة معينة من السيارات ، أو نوعية معينة من الملابس المميزة ، أو بارتياد أماكن بعينها ترتادها الطبقة الراقية ، رغبة منه في التميز الاجتماعي والمباهاه والتفاخر .

- **الاسباب الصحية والمرحلة العمرية.** فعلي سبيل المثال فقد أكدت الأبحاث الطبية أن زيادة استهلاك الألبان الطبيعية وأيضا اللحوم الحمراء قد يؤدي الي ارتفاع نسبة الكولسترول في الدم لدي كبار السن ، وقد أدي هذا الأمر إلي التجاء كبار السن إلي تخفيض استهلاكهم من هذه السلع الغذائية الضرورية للحفاظ علي صحتهم .

نخلص من هذا أن تغير الأذواق في صالح سلعة معينة سوف يؤدي إلي زيادة الطلب عليها (حالة البيتزا والبيرجر والدجاج الكنتاكي وغيره) كما أن تحول الذوق عن سلعة معينة سوف يؤدي إلي انخفاض الطلب عليها . ويحضرنا في هذه الحالة اختفاء صناعة الطرابيش نظرا لتحول الذوق العام في الملبس واختفاء ظاهرة ارتداء الطرابيش والتي كانت سمة من زمن طويل وحتي أواخر الأربعينيات من هذا القرن في مصر .

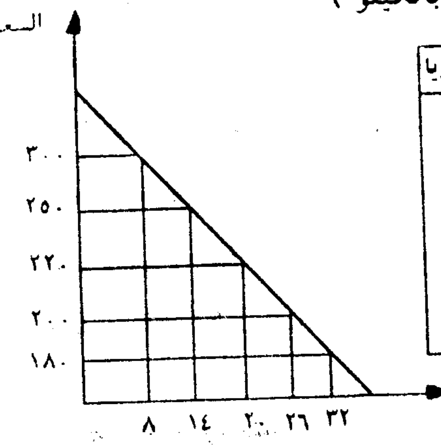
ج- جدول ومنحنيات الطلب .

ينبغي ألا نتجاهل أن **التغير في الطلب** يختلف تماما عن التغير في الكمية المطلوبة. حيث أن التغير في الكمية المطلوبة يعكس لنا التغير في العلاقة الكلية بين الأسعار والكمية المطلوبة كرد فعل للتغير في أحد العوامل التي تؤثر علي الطلب . أما التغير في الطلب فيعكس لنا انتقال منحني الطلب (سواء إلي أعلي نظرا لزيادة الطلب ، وإلي أسفل في حالة انخفاض الطلب)

ويمكنا تصوير حالة التغير في الكمية المطلوبة بالشكل التالي:

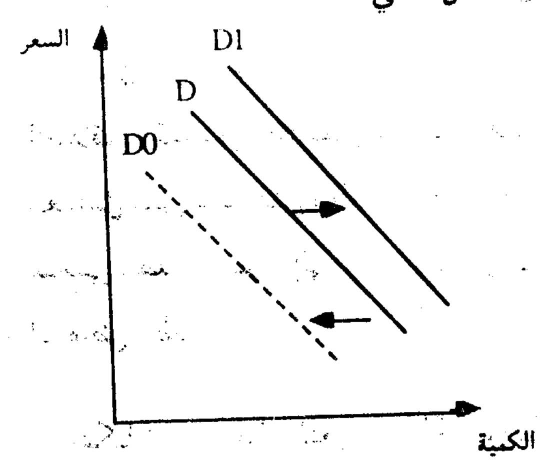


جدول الطلب علي سلعة الألبان (بالكيلو)



المستهلك	السعر بالقرش	الكمية المطلوبة شهريا
A	٣٠٠	
B	٢٥٠	١٤
C	٢٢٠	٢٠
D	٢٠٠	٣٦
E	١٨٠	٣٢

وحالة التغير في الطلب بالشكل الاتي :



من الملاحظ أن منحني الطلب قد ينتقل من D الي D1 وهو أعلي وهذا يعكس لنا زيادة الطلب .ثم انخفاض الطلب وذلك بانتقال المنحني من D الي D0 وهذا يعكس لنا كميات أقل نظرا لانخفاض طلب السوق وليس

الكميـة المطلوبة . وهنا نجد أن منحني الطلب يتجه من أعلي إلي أسفل وذلك للعلاقة العكسية بين الأسعار والكميات المطلوبة من سلعة معينة . كما أنه ذات ميل سالب لأن العلاقة غير مباشرة وعكسية .

نخلص من هذا إلي أن الكمية التي يطلبها جمهور المستهلكين من أي سلعة أو خدمة تتوقف علي العديد من العوامل السابق ذكرها . فعلي سبيل المثال لو قمنا بعمل إحصائية لمشتريات المستهلكين من السلع والخدمات المشتراه في كل سنة ، مع وضعها في فئات متجانسة ، فإننا نستطيع في نفس الوقت، الحصول علي هيكل الطلب الكلي علي سلع الاستهلاك الجاري، أو الخدمات في الاقتصاد المصري في خلال فترة محددة . فضلا عن أن هذا الهيكل للطلب الكلي للسوق كفيل بأن يحدد لنا الطريقة التي ينفق بها الأفراد دخولهم ، وأيضا البنود الأساسية بميزانية الأسر طبقا للأهمية النسبية لنوع الانفاق :

- مأكل
- مسكن
- خدمات نقل واتصالات سلكية ولاسلكية
- خدمات تعليمية وصحية
- خدمات ثقافية
- ترفيه

فمن الملاحظ أنه بالنسبة للمجتمع المصري، حيث تنخفض درجة الاشباعات الكلية لغالبية السكان ، أي ينخفض مستوي معيشة معظم السكان ، فإننا نجد أن المأكل يمثل البند الأساسي الذي قد يستأثر بحوالي ٦٠٪ ولا سيما في ظل معدلات التضخم السائدة ، ثم يليه المسكن والملبس ، وقد تحتل الخدمات الصحية البند الاخير، حيث تلتهم الخدمات التعليمية جزءا كبيرا من دخل الأسرة في صورة الدروس الخصوصية والتي أصبحت ظاهرة متفشية تسود سلوك جميع فئات المجتمع المصري، وهذا العامل الخطير قد أثر علي بند النفقات الثقافية والترفيهية بحيث أصبح منعدما بالنسبة لغالبية أفراد المجتمع والذين يعانون من عجز دخولهم عن مواجهة متطلباتهم الأساسية .

وهذا عكس ما هو عليه الحال في الدول المتقدمة ، ففي فرنسا مثلا لا يزيد بند الانفاق علي الطعام بأكثر من ٢٥٪ ثم يليه الملبس التي يقدر بحوالي ١١٪ ثم المسكن والنفقات الصحية والنقل والمواصلات حيث تقدر بحوالي ١٠٪ واخيرا بند الترفية الذي يصل إلي حوالي ٢٠٪ والباقي يوجه للإدخار[1]

وبذلك نجد ان ربع ميزانية الأسرة فقط هو الذي يوجه إلي الغذاء في الدول المتقدمة بينما يرتفع هذا القدر ليصل إلي أكثر من ٦٠٪ من ميزانية الأسرة في مصر وقد يرجع هذا إلي زيادة عدد أفراد الأسرة الواحدة في

(1) Rapport sur les comptes de la nation 1996 T.N.S EEP: 108 . Paris .

المجتمع المصري ، نظرا لزيادة عدد المواليد وزيادة معدل نمو السكان بدرجة كبيرة . وهذه الموشرات توضح لنا أصلا سلوك المستهلكين والذي يعكس بدوره طبيعة الحياة ومستوى المعيشة والعادات الاجتماعية والعادات الاستهلاكية وغيرها من العوامل التي توثر علي حجم ومستوي الانفاق الاستهلاكي وايضا مستويات الأسعار السائدة .

٨- اشتقاق منحني طلب السوق من منحنيات الطلب الفردية:

لقد سبق وذكرنا ان منحني الطلب ، هو ذلك المنحني الذي يوضح لنا - بيانيا - العلاقة بين التغير في اسعار السلعة والتغير في الكمية المطلوبة منها بمعني ان ارتفاع سعر السلعة يدفع المستهلك إلي ترشيد استهلاكه من هذه السلعة وذلك بتخفيض الكمية المطلوبة منها .

ومن ثم فأن طلب السوق ما هو الا تعبير عن طلب مجموع المستهلكين وبذلك نجد ان **منحني طلب السوق لابد ان يكون تجميع لمنحنيات الطلب الفردي** بمعني انه يجعل الانتقال من السلوك الفردي للسلوك الجماعي للمستهلكين . اي ان السلوك الجماعي = مجموع السلوك الخاص بكل مستهلك .

فعلى سبيل المثال ، لو افترضنا ان:

-الطلب علي السلعة أ ومن قبل احد المستهلكين = Xin

-اجمالي المستهلكين علي مستوي سوق هذه السلعة = N

-اجمالي الطلب علي هذه السلعة = Di

$$Di=\sum_{i=1}^{n} .Xi.n$$

واذا كان الطلب علي اي سلعة دالة لاسعار هذه السلعة $Xi=f(Pi)$

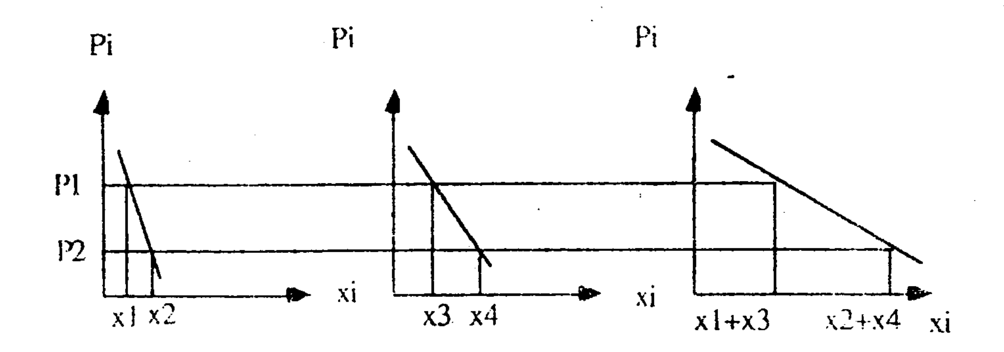
فإن دالة الطلب لاحد السمتهلكين (مستهلك معين) وليكن (n)

$$Xi,n = f(pi)$$

وبذلك تصبح دالة طلب السوق

$$Di \sum_{i=1}^{n} Xi,n\ (Pi) = Di\ (Pi)$$

بمعني ان طلب السوق علي السلعة (i) عند مستوي سعر معين ما هو الا مجموع طلبات اجمالي المستهلكين علي هذه السلعة ويمكن توضيح ذلك بيانيا بالشكل التالي :



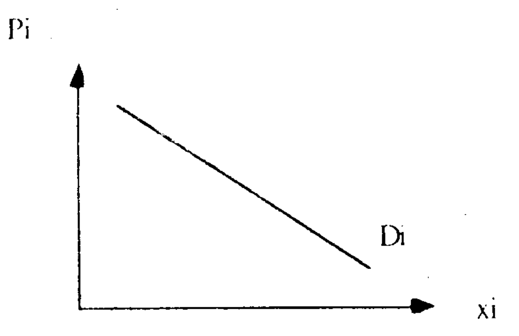
ويظهر لنا هذا الشكل الحقائق التالية :

- ان اجمالي الطلب علي السلعة i دالة لاسعارها (pi)
- استقرار الميزانيات الفردية اي الدخول الفردية المخصصة للاستهلاك
- استقرار الاسعار (n-1) في الاسواق الاخري
- ان منحني السوق ما هو الا التجميع الافقي لمنحنيات اجمالي المستهلكين .

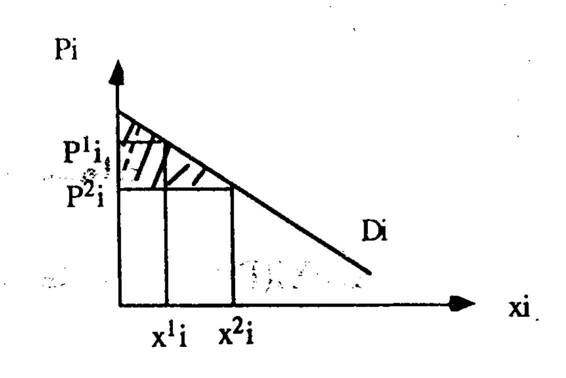
٩- فائض المستهلك :

اذا كانت دالة الطلب $Xi=Xi(Pi)$

يمكن تمثيلها بمنحني ذات ميل يتناقص (سالب) مثلما هو في الشكل التالي :



فأن فائض المستهلك swrplus du consommateur ، يعكس لنا
...زة l'avantage التي تتحقق للمستهلك في كل مرة يستطيع المستهلك
ان يحصل فيها علي كميات اضافية من السلع بسبب انخفاض المستوي
العام للاسعار ولتوضيح ذلك بيانيا ، كما هو واضح بالشكل التالي :



نجد ان :-

المستهلك ينتقل من النقطة $X^1 i$ الي التقطة $X^2 i$

- ان المستهلك يستطيع الحصول علي الكمية $X^1 i$ علي اساس سعر الوحدة $P^1 i > P^2 i$

- ان المثلث المظلل هو الذي يمثل لنا حالة فائض المستهلك .

ولذلك يلجأ المستهلك بسبب انخفاض الاسعار الي زيادة الكمية المطلوبة ومن ثم يتبلور ذلك في صورة زيادة استهلاك المستهلك وتحقيق فائض المستهلك .

بمعني ان فائض المستهلك يتحقيق اما :

- بسبب انخافض المستوي العام للاسعار والحصول علي نفس الكمية بسعر اقل ، بمعني ان :

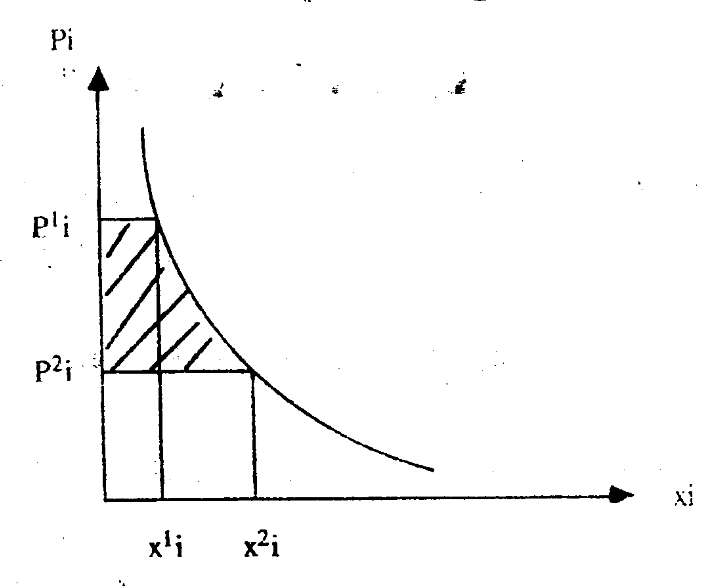
المنفقة المكتسبة تصبح > المنفعة المضحي بها .

- بسبب التغير في فائض المستهلك .

du consommateur surplus La variation du

كنتيجة للزيادة الجديدة التي تطرأ علي استهلاكه اي زيادة الكميات

المطلوبة من جانبه ، كما يوضح الشكل التالي :



من الرسم السابق نجد ان فائض المستهلك يتمثل بالمساحة المخططة .

الخلاصة

١- ان الطلب يعكس لنا العلاقة بين اسعار السلعة والكمية التي يرغب ويستطيع المستهلكون الحصول عليها في خلال فترة زمنية معينة ، مع افتراض بقاء الاشياء الاخري علي حالها . وتبعا لهذا القانون (قانون الطلب) فان هناك علاقة عكسية بين معدل الطلب وبين اسعار السلعة المطلوبة . وهذه العلاقة العكسية بين الاسعار والكميات المطلوبة هي التي تؤكد لنا ان منحني الطلب ذو ميل سالب .

٢- ان الميل السالب لمنحني الطلب يعكس لنا معدل الاحلال الحدي بين الوحدات من الدخل وبين الوحدات من السلعة المشتراه . وهذا ما يترجم لنا اثر تغير الاسعار . ويظهر هذا الاثر كنتيجة لزيادة الكميات المشتراه من السلعة ، بسبب الانخفاض في اسعارها . اما بالنسبة لاثر الدخل فانه يظهر بزيادة القيمة الحقيقية لدخل المستهلك بسبب انخفاض الاسعار ، حيث يصبح المستهلك اكثر قدرة علي شراء السلع التي انخفضت اسعارها .

الفصل الخامس

العرض L'offre

مقدمة

اذا كان الطلب يوضح لنا العلاقة بين الاسعار والكميات المطلوبة من سلعة ما فان العرض يعكس لنا ايضا العلاقة بين الاسعار وبين الكميات المعروضة من سلعة معينة . بمعني ان العرض يعكس لنا الكمية من السلعة التي يستطيع ويرغب المنتجين في عرضها للبيع من خلال الاسواق عند المستويات المختلفة من الاسعار المحددة لها وذلك خلال فترة زمنية معينة، وذلك مع فرض بقاء الاشياء الاخري علي حالها.

(Toutes les choses sont egalés par ailléurs)

ومن ثم فان هذه العلاقة بين الكميات المعروضة من سلعة ما وبين اسعارها علاقة طبيعية جدا ، حيث ان المنتج او الموزع الرشيد يسعي دائما لتحقيق اقصي ربح ممكن بأقل تكاليف ممكنة ، ومن ثم فهو يعرض كميات أكبر عند السعر الاعلي وكميات اقل عند السعر الادني .

ا - جدول و منحنيات العرض :

نود أن نشير الي ان جدول العرض يوضح لنا الكميات التي يعرضها المنتج من سلعة ما عند المستويات المختلفة من الاسعار، كما ان منحني العرض يعكس لنا الكميات الممكن عرضها عند مستويات الأسعار المختلفة في شكل بياني - وسنوضح الجدول والشكل فيما بعد .

فاذا افترضنا اننا نتكلم عن مزرعة إنتاج الألبان فإن سوق الألبان هنا سوف يحدد لنا الكمية المعروضة من اللبن عند مستويات الأسعار المختلفة لهذه السلعة . وكما سبق وأشرنا فإن العلاقة بين أسعار السلعة والكميات المعروضة منها يعكس لنا العلاقة المباشرة بين المتغيرين . حيث ان المعروض للبيع يكون اكثر طالما كانت الاسعار أعلي ، وأيضا يصبح أقل طالما انخفضت الأسعار. وبذلك نجد أن منحني العرض يتجة الي أعلي أي يتجه من أسفل إلي أعلي ، وذلك بعكس منحني الطلب . وهنا نجد أن هناك سببين يدفعا المنتج لزيادة المعروض من السلعة عندما ترتفع اسعارها وينخفض عندما تنخفض اسعارها .

١-السبب الأول : إن زيادة اسعار الألبان تكون دافع وحافز للمنتجين أن يوجهوا مزيد من مواردهم الإنتاجية نحو إنتاج هذه النوعية من السلع فعلي سبيل المثال إذا كان بعض المنتجين يمتلكون مزارع ماشية الألبان

والتسمين فإنهم سيحولون نشاط تربية الماشية من هدف التسمين الي إنتاج الألبان ، تحت إغراء زيادة معدلات ربحيتهم من إنتاج الألبان ذات الاسعار الأكثر ارتفاعا . حيث تصبح اسعار بيع اللحوم أقل إغراء من أسعار بيع الألبان . وهنا نجد أن ارتفاع اسعار الألبان سوف يجذب الموارد الاقتصادية المتاحة من المجال الذي يحقق لها فائض أقل قيمة إلي المجال الذي يحقق لهافائض أكبر قيمة (ارباح) وذلك في حالة افتراض بقاء الأشياء الاخري عي حالها ، ورغبة المنتج الأكيدة في زيادة الانتاج من الألبان أو التحول الجزئي من إنتاج الماشية بغرض التسمين إلي إنتاج الألبان .

٢- **أما السبب الثاني** : في أن منحني العرض يتجه إلي أعلي ،أي أن ارتفاع الأسعار يزيد من القدرة علي زيادة الإنتاج ، حيث أن قانون تزايد تكلفة الفرصة البديلة يظهر بوضوح حيث أن زيادة الكمية المنتجة من سلعة ما يوضح لنا مدي زيادة الاضافة الي الأنتاج ، أي مدي التغير في التكلفة الحدية للإنتاج[١] وحيث ان زيادة الإنتاج يترتب عليه زيادة في التكلفة الحدية فإن ارتفاع الأسعار سوف يسمح للمنتج بزيادة إنتاجه وتغطية هذه التكلفة وتحقيق هامش مناسب من الأرباح فعلي سبيل المثال إذا كان إنتاج اللبن منخفض ، واسعاره مرتفعة فإن هذا سيدفع أصحاب المزارع إلي توجه مزيد من مواردهم

(١) هي تكلفة الوحدات المضافة الي الانتاج فعلي سبيل المثال لو كان الإنتاج ١٠٠ وحدة واصبح ١٠٥ فإن تكلفة الـ ٥ وحدات هي التكلفة الحدية للإنتاج .

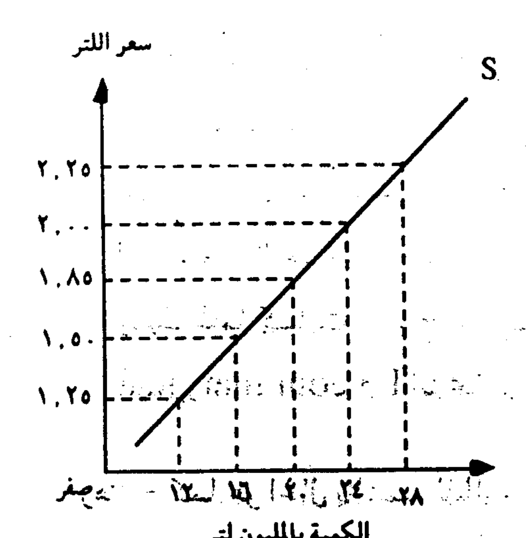
المتاحة (أرض - عمل - رأس مال) نحو هذا النوع من الإنتاج ، في صور شراء المزيد من الأبقار وزيادة المساحة المنزرعة بالبرسيم لتغذية هذه الأبقار ، وهذا معناه زيادة المدخلات Input (أي عوامل الإنتاج التي تدخل في عملية إنتاج مزيد من الألبان) وهذه الزيادة تمثل زيادة في تكلفة الفرصة البديلة ، حيث كان يمكن توجيه الأبقار في انتاج اللحوم والأرض في إنتاج القمح أو الخضروات والفاكهة وأيضا الأيدي العاملة إلا أن هذا مقيد بارتفاع اسعار الألبان ، الذي سوف يجعل المزارع قانعا تماما بأن زيادة الإنتاج منها هو الاختيار الأمثل والذي يحقق له ربحية أفضل ، أي يجعل من تكلفة الفرصة البديلة في الاستخدام الآخر أقل(حيث ينطوي علي مستوى أقل من الأرباح) وذلك طالما كانت الأرباح تسمح بتغطية التكلفة الحدية Le cout marginal الناتجة من زيادة الإنتاج.

وهنا - كما هو الحال بالنسبة للطلب - يجب أن نميز بين العرض الفردي Lindividuelle offre وعرض السوق L'offre du marché حيث يمكن تعريف عرض السوق بأنه مجموع المعروض علي مستوى السوق من سلعة معينة - وذلك من قبل جميع المنتجين أو المزارعين ومن ثم فحينما نتكلم عن العرض فإننا نقصد بهذه الكلمة عرض السوق وأيضا من الضروري التمييز بين العرض والكمية المعروضة . حيث أن العرض يوضح

لنا العلاقة بين السعر والكمية المعروضة والتي يمكن تمثيله بجدول العرض الكلي ومنحني العرض الكلي اي الكمية المعروضة التي تعكس لنا الكمية الخاصة والتي يمكن عرضها وتتمثل بقطعة واحدة علي منحني العرض ، والسعر المقابل لها .

والآن سوف نوضح جدول عرض الألبان ومنحني عرضه .

سعر اللبن بالجنية	الكيلو المعروض خلال شهر بالمليون لتر
٢,٢٥	٢٨
٢,٠٠	٢٤
١,٨٥	٢٠
١,٥٠	١٦
١,٢٥	١٢



يتضح لنا من كل من جدول عرض الألبان وايضا منحني عرضه تأكيدا العلاقة المباشرة والطردية بين السعر والكمية المطلوبة من هذه السلعة - حيث انه عند السعر ٢,٢٥ جنية للتر كان المعروض ٢٨ مليون لتر وذلك لان هذا السعر ينطوي علي انخفاض تكلفة الفرصة البديلة للمنتج ، أي التكلفة المضحي بها في سبيل زيادة إنتاج الألبان ، وهذا يؤكد زيادة معدلات أرباح

المنتجين بالقدر الذي دفعهم لزيادة إنتاجهم ومن ثم زيادة العرض .

في حين أن انخفاض السعر الي ١,٢٥ جنية للتر ، أي انخفاضه بما يقرب من ٥٥٪ أدي الي اضطرار المنتجين لتخفيض إنتاجهم إلي ١٢مليون لتر وذلك لزيادة تكلفة الفرصة البديلة ، حيث أصبحت الاستثمارات الاخري اكثر ربحية من إنتاج اللبن ، أي أن توظيف الموارد المتاحة في إنتاج اللحوم أو في الزراعات التقليدية أو غير التقليدية سوف يكون أفضل ، لأن انخفاض السعر بهذه الدرجة قد يخفض معدلات الأرباح المحققة ، ومن ثم يحجم كثير من المنتجين عن التوسع في إنتاجهم حتي لا يتعرضوا للخسارة

٢- محددات العرض: Le détérminants de l offre

إذا كان منحني العرض يفسر العلاقة بين سعر سلعة معينة والكمية المعروضة منها ، مع بقاء ثبات الأشياء الأخري عل يحالها ولذلك فإن رسم منحني العرض يرتبط بافتراض أن الذي يتغير فقط هو السعر ، في حين تظل المحددات الأخري للعرض بدون تغيير ، أي تظل المحددات الأخري للعرض بدون تغيير ، أي تظل ثابتة .

وهذه المحددات الأخري التي تحدد العرض - وذلك إلي جانب السعر - تتلخص في التالي :

أ- تغير مستوي التكنولوجيا المستخدمة في العملية الإنتاجية ، أي تغير الفن الإنتاجي المستخدم .

ب- تكلفة عوامل الإنتاج المستخدمة في العملية الإنتاجية.

ج- أسعار السلع البديلة .

د- توقعات المنتجين .

هـ- عدد المنتجين الذين يتعاملون في سوق السلعة .

وخصوصا أن تغير اي من هذه العوامل كفيل بالتأثير علي منحني العرض ودفعه للانتقال إلي أعلي في حالة تخفيض الإنتاج أو إلي أسفل في حالة زيادة الإنتاج .

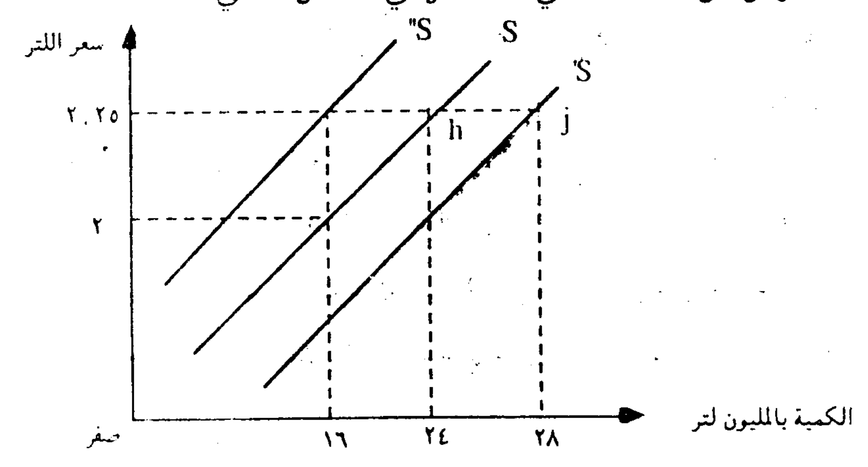
أ- تغير الفن الإنتاجي المستخدم:

مما لا شك فيه أن مستوي الفن الإنتاجي أي الفن التكنولوجي يمثل رصيد الدولة من المعرفة حول كيفية استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة بأكبر قدر من الفاعلية الممكنة .

ومع ذلك فإنه من الممكن افتراض ثبات الفن التكنولوجي المستخدم في العملية الإنتاجية بالنسبة لمنحني العرض المعين أو المحدد ومن ثم فإذا انخفضت تكاليف الإنتاج بسبب استخدام الفنون الإنتاجية المتقدمة، فإن هذا

سيجعل المنتج اكثر قدرة ورغبة علي زيادة إنتاجه وعرضه بالنسبة لكل مستوي من الأسعار ، لأن انخفاض التكاليف سيمكن المنتج من زيادة معدلات أرباحه . وكما ان زيادة الإنتاج هنا ستنعكس علي وضع منحنى العرض حيث سينتقل إلي أسفل متجها نحو اليمين . فعلى سبيل المثال لو اتجه المزارعون من منتجي الألبان إلي استخدام الآلات الحديثة في حلب الأبقار ، فإن هذا سوف يزيد من كمية الألبان المنتجة ويقلل من الفاقد . وبذلك سوف يؤثر ذلك علي منحني عرض الألبان حيث ينتقل من المنحنى S الي 'S

اولا : فقد يزيد عرض اللبن نتيجة لزيادة الأسعار ، فعلي سبيل المثال إذا كان سعر لتر اللبن =٢جنية ، فإن الإنتاج سوف يزيد من ٢٤مليون لتر شهريا الي ٢٨ مليون لتر شهريا ، وهنا نجد أن حركة التغير في العرض من النقطة h الي النقطة j في الشكل التالي .



ثانيا : أن زيادة العرض معناه ان المزارعين يرغبون ويستطيعون عرض نفس الكمية عند السعر الأقل . فعلي سبيل المثال نجد أن المزارعين كانوا يعرضون اصلا ٢٤ مليون لتر عند السعر ٢ جنية للتر الواحد . أما علي منحني العرض الجديد فإن هذه الكمية نفسها تعرض عند السعر ١,٧٥ جنية بالنسبة للتر الواحد . وهذا ما يعكس لنا حركة الكمية من النقطة h الي النقطة j .

ب- *التغير في اسعار عوامل الإنتاج* :

إذا افترضنا أن اسعار الات حلب الألبان وكذلك ألات تعبئة الألبان قد انخفضت أسعارها ، فإن هذا سوف يخفض من تكلفة الإنتاج ، ومن ثم سيصبح المزارعون أكثر رغبة وقدرة علي زيادة إنتاجهم من الألبان ، وبذلك فسوف ينتقل منحني عرض الألبان إلي اليمين كما هو موضح بالشكل السابق . وايضا فإن الزيادة في أسعار عوامل الإنتاج سوف تقلل عرض الألبان . فمثلا زيادة أسعار الكهرباء سوف يؤدي الي زيادة تكلفة الإضاءة وتشغيل آلات الحلب والتعبئة ومن ثم فإن ارتفاع تكلفة الإنتاج سوف تنعكس في صورة انتقال منحني العرض إلي اليسار كما هو الحال في S في الشكل السابق حيث أنه عند السعر ٢,٥ جنية للتر سوف تكون الكمية المعروضة حوالي ١٦ مليون لتر فقط بعد ما كانت ٢٤ ثم ٢٨ مليون لتر.

ج- التغير في أسعار المنتجات البديلة :

من المعروف أن كل الموارد الاقتصادية المتاحة لها أكثر من استخدام أي لها استخدامات بديلة . فعلي سبيل المثال نجد أن الحقول ، والجرارات وأيضا مخازن الحبوب وحظائر الماشية يمكن استخدامها اكثر من استخدام إقتصادي ، أي تستخدم نفس الموارد الاقتصادية في إنتاجها وفي إنتاج السلعة محل التحليل (الألبان في مثالنا السابق).

فعلي سبيل المثال لو افترضنا أن إنتاج الزبادي يستخدم جزءا من الموارد المستخدمة في إنتاج الألبان ، فإن زيادة أسعار الزبادي سوف تؤدي إلي زيادة تكلفة الفرصة البديلة لإنتاج الألبان ، وذلك لأن انتاج الزبادي سوف يصبح أكثر عائدا أو سوف يترتب عليه حصول المنتج علي عائد مجزي ، ومن ثم فإن الموارد الاقتصادية سوف تنتقل من إنتاج الألبان إلي انتاج الزبادي . وينقص الموارد المستخدمة في إنتاج الألبان ، فإن المعروض من هذه السلعة سوف ينخفض ومن ثم فإن منحني العرض ينتقل إلي أعلي يسارا .

ومن ناحية أخري إن انخفاض أسعار الزبادي سوف يجعل إنتاج الألبان أكثر ربحية وبذلك ستنتقل عوامل الإنتاج إلي مجال إنتاج الألبان ومن ثم يزيد عرض الألبان وينتقل منحني العرض إلي أسفل يمينا .

د- تغير توقعات المنتجين :

إن التغير في توقعات المنتجين سوف يؤثر علي المعروض من السلعة ، ومن ثم سوف يؤدي إلي انتقال منحني العرض يمينا أو يسارا حسب اتجاهات التوقعات . فعلي سبيل المثال لو توقع المنتجون زيادة الأسعار المستقبلية للألبان ، فهذا سيدفعهم إلي زيادة إنتاجهم تدريجيا ، أي أنهم سيستعدون لزيادة الاسعار بزيادة الكميات المنتجة والمعروضة ، إلا أن هذه التوقعات أيضا تتوقف علي قابلية السلعة للتخزين ، فإذا كانت السلعة مثل البترول أو المعادن فإن التوقع بزيادة اسعارها المستقبلية سيدفع المنتجون لتخفيض إنتاجهم منها مع الاحتفاظ بالاحتياطيات لمواجهة الزيادة في الأسعار المستقبلية بزيادة الإنتاج المستقبلي . كما أن تخفيض الإنتاج الحالي سوف يؤثر علي منحني العرض ويجعله يتجه إلي أعلي يسارا .

ومن ثم يمكن القول أن التوقعات بزيادة أو انخفاض في الأسعار المستقبلية للسلعة قد يؤدي إلي زيادة او انخفاض العرض الحالي حسب طبيعة السلعة محل البحث . وبوجه عام يمكن القول أن أي تغير متوقع من شأنه التأثير علي الربحية المستقبلية في السوق وسوف يؤثر علي حالة منحني عرض هذه السلعة .

هـ- التغير في عدد المنتجين :

إن سوق عرض سلعة ما يتكون من إجمالي الكميات المعروضة من جانب كل منتج ، وبذلك نجد أن سوق العرض تعتمد علي عدد المنتجين في السوق ، فإذا زاد عدد المنتجين ، فإن عرض هذه السلعة سيزداد وسينتقل منحني العرض الي اليمين ، وأما اذا انخفض عدد المنتجين الذي يتكون منهم السوق فإن هذا سيخفض المعروض من السلعة، ومن ثم ينتقل منحني العرض الي أعلي يسارا . فعلي سبيل المثال نجد أنه ابتداء من عام ١٩٨١ بدأت نوادي الفيديو الانتشار في المجتمع المصري بشكل أدي الي زيادة عرض أفلام الفيديو بصورة كبيرة جدا ، وهذا أدي الي انتقال منحني العرض إلي أسفل يمينا. نفس الشئ يمكن أن يقال علي مطاعم البيتزا حيث أن زيادة عددها في جميع محافظات الجمهورية أدي إلي زيادة المعروض من هذه السلعة .

واخيرا يمكننا القول أن كل من العرض والطلب يحكمهما محددات خاصة ومتشابهة في نفس الوقت . حيث أن كلا منهما يعتمد علي أسعار السلع البديلة ، وأيضا عامل التوقعات ، وعدد المشتركين في السوق وايضا يمكننا التمييز بين التغير في الكمية المعروضة والتي تمثل لنا الانتقال بين النقط علي نفس منحني العرض وذلك كرد فعل لتغيير الاسعار الخاصة بسلعة معينة ، في حين أن التغير في العرض يعكس لنا انتقال منحني

العرض إلي اليمين أو اليسار حسب زيادة أو انخفاض العرض كرد فعل لتغيير احد محددات العرض .

والآن سننتقل إلي تقابل كل من العرض والطلب .

٣- العرض والطلب والتوازن :

مما لا شك فيه أن كلا من المنتجين والمستهلكين لديهم وجهات نظر مختلفة بصدد الأسعار ، وذلك لان المستهلك هو الذي يدفع السعر في حين أن المنتج هو الذي يتسلم هذا السعر ، ولذلك فإن ارتفاع الأسعار يمثل أنباء سيئة للمستهلك وأنباء سعيدة للمنتج . ومن ثم فإن ارتفاع اسعار سلعة ما يدفع المستهلك لتخفيض الكمية المطلوبة من هذه السلعة ، وعلي العكس من ذلك فسوف يلجأ المنتجون إلي زيادة عرض الكمية المعروضة تحت إغراء ارتفاع أسعار بيعها .

وهنا نتساءل كيف يمكن مواجهة هذا التعارض في الأهداف والمصالح بين كل من المستهلكين والمنتجين ؟

إن اختلاف وجهات النظر الخاصة بكل من المستهلكين والمنتجين فيما يتعلق باتجاهات الأسعار ، يمكن التوفيق بينها من خلال الأساليب الخاصة بآليات السوق .

أ- السوق :

تعتبر السوق أحد الأجهزة الاعتبارية التي تعمل علي تحقيق التوافق بين كل من رغبات المنتجين وامكانيات المستهلكين وذلك من خلال آلياتها والمستقلة تماما عن قرارات كل من البائعين والمشترين .

ومن ثم فإن السوق سوف تمثل لنا كل الترتيبات المستخدمة للشراء وللبيع بالنسبة لسلعة معينة ، **وبذلك نجد أن السوق يمكن ان تساهم في تخفيض نفقات الشراء والبيع معا. حيث تسمح بمعرفة ماذا يعرض للبيع ؟ وبأي سعر يعرض ؟ وايضا درجة جودة السلع المعروضة . ولذلك يمكن القول أن السوق كفيلة بتخفيض تكلفة المعاملات التبادلية** ، أي الزمنية والتكلفة المعلوماتية التي تتطلبها العمليات التبادلية ، فعلي سبيل المثال ، لو حاول أحد طلاب الجامعة العمل في خلال الأجازة الصيفية ، فمن الممكن أن يبدأ بالسؤال عن وجود عمل له من خلال ذهابه بنفسه إلي المكاتب والشركات وهذا قد يضطره للسفر إلي المدن السياحية حتي يجد فرصة عمل صيفية . إلا أن هناك طريقة أخري وهو تتبع الإعلانات عن الوظائف الخالية ، والمعلن عنها في الجرائد اليومية، وهذه الإعلانات تعتبر أحد محددات سوق العمل ، ولذلك فإن هذه الوسيلة توفر الوقت والنفقات عن البحث الذاتي عن فرصة عمل .

ومن هذا المنطلق نجد أن الأسواق المختلفة تستطيع توفير المعلومات المطلوبة عن السلع أو الخدمات التي تعرض علي مستوي السوق وهذه المعلومات أو البيانات السوقية قد تختلف أو تتحد أو تنتقل حسب طبيعة السلعة أو الخدمة ، فقد يتم توفير المعلومات دقيقة بدقيقة من خلال شبكة المعلومات Internet ومن خلال أجهزة الكمبيوتر المختلفة مثلما هو الحال في البنوك وأيضا في بورصة الأوراق المالية ، كما قد تكون البيانات المتوافرة تعلن بصفة دورية مثل إعلانات الجرائد الخاصة بتوفير فرص العمل الي غير ذلك .

وجدير بالذكر أن تحقيق التوافق بين رغبات البائعين وامكانيات المشترين علي مستوي السوق لا يتم من خلال خطة مركزية ولكن يتم من خلال ما عرفه آدم سميت[1] باليد الخفية Invisible hand فعلي سبيل نجد أن معظم موزعي السيارات يتوطنون في الضواحي وذلك لأن هذا النوع من الأنشطة يحتاج لمساحة كبيرة من الأرض وأن سعر متر الأرض في الضواحي أقل بكثير من وسط المدينة ، ومن ثم فإن هذه الظاهرة لاتعكس رغبة كل منهما بأن يكون بجانب الأخر فقط ولكن لأن كل منهما يريد أن يكون بالقرب من أماكن تردد المشترين علي مراكز البيع ، حيث أن وجود عدد كبير من البائعين في مكان واحد يسمح للمستهلك للتنقل من مكان إلي آخر من أجل اختيار السلعة التي يريد الحصول عليها . وهذا التوطن المشترك

---

(١) اقتصادي انجليزي ومؤسس المدرسة الكلاسيكية .

يكون في مصلحة كل من البائع والمشتري . ولذلك صممت المراكز التجارية الحديثة في شكل تجمعات تجارية تسمح بتجميع محال البيع في قلب المدينة أو في المناطق التجارية . حيث يتمكن المشترون من القيام بالتسويق وشراء جميع احتياجاتهم من مكان واحد بدلا من التنقل من مكان إلي مكان خصوصا بسبب ازدحام الشوارع وصعوبة المرور وأزمات واختناقات المرور التي تجعل المشترين يفضلون الشراء من تجمع واحد وعدم التنقل ضمانا لتوفير الوقت والجهد .

أ-١- الأسواق المتخصصة Les spécialisation des marches

يمكننا القول أن السوق قد تشمل العالم كله ، وهنا نكون بصدد السوق العالمي مثل سوق القمح ، وسوق البترول أو سوق الذهب مثلا وفي نفس الوقت قد يكون السوق محددا للغاية ويتمثل في مكان محدود جدا مثل محطة البنزين علي امتداد الطرق . ومن ثم فقد نجد بعض الأسواق المتخصصة جدا في حين يغلب علي البعض الآخر طابع العمومية . فعلي سبيل المثال نجد أن الجواهرجي لا يبيع إلا الذهب والبلاتين والماس فقط في حين السوبر ماركت يبيع مجموعة كبيرة مختلفة ومتنوعة من السلع ابتداء من الخبز ومشتقاته وانتهاء بالسلع المعمرة .

وهنا نتساءل لماذا تتخصص بعض الاسواق في بيع سلعة محددة بينما

تقوم الأسواق الأخري ببيع عدد كبير جدا من مختلف السلع المتنوعة ؟

وهنا نعود ثانيا لأفكار واراء أدم سميت Adam Smith حيث انه أجاب علي هذه التساؤلات منذ ٢٠٠ عاما مضت ، فقد أكد آدم سميث علي **ظاهرة التخصص** وعلي **درجة التخصص** والتي تحدد اتساع نطاق السوق. حيث أن اتساع السوق معناه التوجه لجذب عدد كبير جدا من العملاء وذلك من خلال عرض عدد لانهائي من السلع والخدمات أما زيادة درجة التخصص فمعناه التوجية لجذب فئة معينة أو شريحة معينة من المستهلكين .

فعلي سبيل المثال نجد أن مجمع طيبة التجاري Teiba Mall بشارع عباس العقاد في القاهرة ، وايضا مركز المعادي التجاري Maadi Mall بالمعادي ومجمع زهران التجاري Zahran Mall بالاسكندرية يستقبلون ملايين الزائرين سنويا ، حتي ولو كان كل زائر من هؤلاء يشتري نسبة بسيطة من المشتريات فإن اجمالي المشتريات تمثل تعظيم لربحية أصحاب المحال التجارية في هذه المراكز ، أما المحال العامة وهي في العادة متاجر صغيرة أو مراكز توزيع صغيرة فإنها تعتمد أساسا علي سكان المنطقة التي تكون فيها هذه المتاجر ، ومن ثم يحرص صاحب كل متجر علي توفير معظم احتياجات هؤلاء السكان ، بحيث يستطيع أن يحقق هدفه بجذب جميع السكان الذي يقطنون نفس المنطقة ولذلك يحرص أصحاب هذه النوعية من المتاجر علي التوطن في المناطق الآهلة والمكتظة أيضا بالسكان ، ولا

يفضلون إطلاقا التوطن في الضواحي والمناطق البعيدة أو النائية .

ب- توازن السوق L'équilibre du marché

من أجل تحديد مفهوم توازن السوق فسوف نلجأ إلي تحليل كيفية تقابل قوي العرض مع قوي الطلب معا ، وذلك علي مستوي السوق المعين ، وللوصول إلي ذلك سوف نستخدم الجدول التالي والخاص بالعرض والطلب علي الألبان ، وفي نفس الوقت سوف نحاول تصوير هذه الحقائق أو الافترضات الرقمية بصورة بيانية بحيث نحصل علي كل من منحني الطلب علي الألبان ومنحني عرض الألبان وكيفية تقاطعهما وبمعني أخر يمكننا القول أن تحقيق المستوي التوازني لهذه السوق يعكس لنا الكيفية التي تعمل بها قوي السوق (قوي العرض وقوي الطلب) .

فاذا افترضنا ان سعر لتر اللبن قد وصل الي جنية واحد فقط وأن المنتجين سوف يعرضون ٢٤ مليون لتر شهريا عند هذا السعر، في حين أن المستهلكين سوف لا يشترون إلا ١٤ مليون لتر فقط شهريا ومن ثم يمكن القول أنه عند السعر ١ جنية للتر اللبن فإن الكمية المعروضة سوف تزيد عن الكمية المطلوبة ، وهنا تظهر حالة فائض العرض L'éxces de L'offré يقدر بـ ١٠مليون لتر شهريا . وبذلك فإن هذه الكمية الفائضة عن الحاجة سوف لا تباع بل يمكن اعتبارها مؤشرا للمنتجين بأن اسعار بيع منتجاتها

مرتفعة جدا أو مبالغ فيها فإذ لم يلجأ هؤلاء المنتجين إلي تخفيض اسعارهم فان حالة فائض العرض سوف تستمر وحيث أن الألبان من السلع غير القابل للتخزين لفترة طويلة ، فقد يتعرض المنتجون للخسارة .

وهنا يمكن التساؤل : كيف يستطيع المتجون التخلص من حالة فائض العرض ؟

والاجابة واضحة تماما : وهي بتخفيض أسعار منتجاتهم فاذا انخفضت اسعار الألبان فان ذلك كفيل بالسحب من الكمية الفائضة حيث سيعمد المستهلكون لزيادة الكميات المطلوبة من جانبهم علي الألبان وطالما ان الكمية المعروضة اكبر من الكمية المطلوبة فان هذه الزيادة ستخلق ضغطا عكسيا علي الأسعار بحيث تدفع الأسعار الي الانخفاض .

وفي المقابل إذا افترضنا ان السعر الاصلي كان ٥٠ , جنية اي نصف جنية للتر فان الكمية المعروضة عند هذا السعر سوف تكون ١٦ مليون لتر شهريا في حين أن الكمية المطلوبة هي ٢٦ مليون لتر شهريا .

وهنا نجد أن هذا السعر المنخفض نسبيا بالنسبة لهذه السلعة قد أدي الي زيادة الكمية المطلوبة عن المعروضة بحوالي ١٠ مليون لتر شهريا هذا ما يمثل حالة فائض الطلب l'éxces de la demande أو النقص في

العرض وهنا سوف يهرع المنتجون لزيادة انتاجهم وفي نفس الوقت سوف يتجه المستهلكون لخفض الكمية المطلوبة من جانبهم وهذا السعر سوف يستمر في الارتفاع طالما كانت الكمية المطلوبة أكبر من الكمية المعروضة .

ومن هذا المنطلق نجد أن الفائض يخلق ضغطا يؤدي الي الانخفاض في الأسعار في حين أن النقص يخلق ضغط صاعد علي الأسعار .

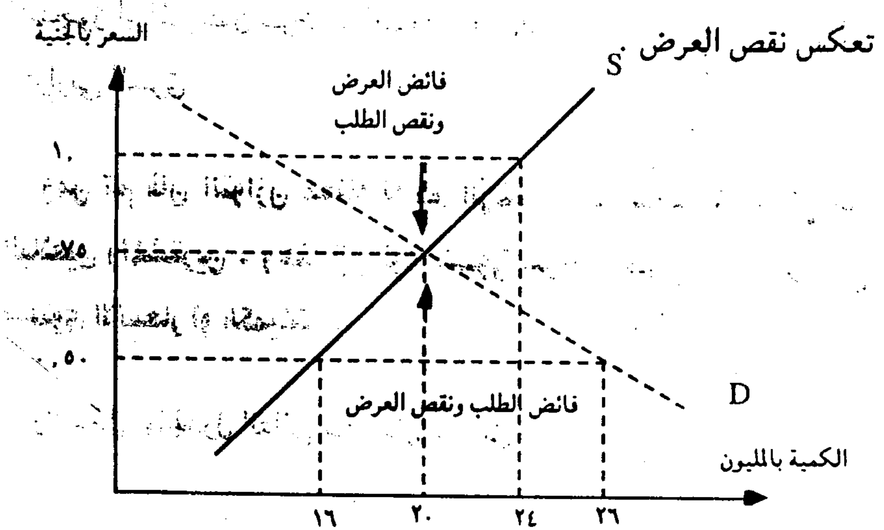
وطالما أن هناك اختلاف بين الكمية المطلوبة والكمية المعروضة ، فإن قوي السوق سوف تخلق وتمارس ضغطا علي تغير الأسعار والتي سوف تؤثر علي الكميات المطلوبة والكميات المعروضة . أما إذا كانت الكمية التي يرغب ويستطيع المستهلكون شرائها تتساوي مع الكميات التي يرغب ويستطيع المنتجون او الموزعون عرضها للبيع ، فإن ذلك يعكس لنا تحقيق المستوي التوازني للسوق .

ومن ثم فإن التوازن معناه توافق الرغبات المستقبلية تماما لكل من البائعين والمشترين . وهنا فإن قوي السوق سوف لا تمارس اي تأثير علي مستوي الأسعار او الكميات .

والشكل والجدول التالي يوضحان ما سبق.

اسعار اللتر من اللبن بالجنية	الكمية المطلوبة	الكمية المعروضة	الفائض او العجز	اتجاهات الاسعار
١,٢٥	٨	٢٨	فائض عرض	تنخفض
١,	١٤	٢٤	فائض عرض	تنخفض
٠,٧٥	٢٠	٢٠	توازن	تظل كما هي
٠,٥٠	٢٦	١٦	فائض طلب	ترتفع
٠,٢٥	٣٢	١٢	فائض طلب	ترتفع

وهنا نجد أن حالة العرض تعكس نقص الطلب كما أن حالة فائض الطلب تعكس نقص العرض.



ومن الرسم السابق نجد أن :

- النقطة ٢ هي نقطة التوازن أي تمثل المستوي التوازني للسوق ، وهذا المستوي يحدد لنا :
- كمية التوازن عند ٢٠ مليون لتر شهريا .
- سعر التوازن هو ٧٥, جنية للتر .

- أن السعر الذي يفوق سعر التوازن هو ١ جنية للتر يعكس لنا حالة فائض العرض وانخفاض الطلب عند هذا لمستوي وهذا من شأنه الضغط علي الأسعار نحو الانخفاض أي محاولة المنتجين تخفيض أسعارهم حتي يتمكنوا من تصريف فائض إنتاجهم .

- أما السعر تحت المستوي التوازني يعكس لنا زيادة الطلب عن العرض ومن ثم ظهور حالة فائض الطلب ونقص العرض بالقدر الذي يدفع الأسعار للارتفاع ، وهذا الانخفاض والارتفاع في الأسعار هو الذي يعكس لنا تلقائية قوي السوق والتي تمارس آثارا صعودية أو هبوطية علي الأسعار حتي يتحقق التوازن كما هو موضح بالرسم .

- أن نقطة التوازن ٢ توضح تقاطع كل من منحني الطلب ومنحني العرض وهذا التقاطع يؤكد لنا عدم وجود أي زيادة أو أي نقص في الجانبين (جانب العرض وجانب الطلب) وحينما يتحقق هذا التوازن

فان هذا المستوي يظل ثابتا مالم تتغير إحدي قوي السوق (قوي العرض أو قوي الطلب).

-ونود أن نشير إلي أن المستوي التوازني لسوق إحدي السلع أو الخدمات يتحقق من خلال القرارات المستقلة لآلاف بل الملايين من البائعين والمشترين الذين يتعاملون علي مستوي هذه السوق . وهنا تعكس لنا الأسعار الندرة النسبية .

ومن ثم فإن سعر التوازن يوجه السلعة نحو المستهلك الذي لديه الرغبة والقدرة علي دفع هذا الثمن .

وإذا نظرنا إلي السوق من خلال الاتجاه الواحد ، لوجدنا أن هذه السوق شخصية جدا لأن كل مستهلك وكل منتج يتخذ قراره الشخصي الخاص بالكمية المشتراه أو الكمية المباعة عند السعر التوازني أما لو نظرنا إلي السوق من عدة اتجاهات لوجدناها غير شخصية لانها توفق بين الرغبات والقدرات الخاصة بالمتعاملين فيها من خلال اليد الخفية أو الممارسات التلقائية لقوي السوق والتي توجه كلا من العرض والطلب نحو النقاط التوازنية .

وهنا نجد أن قوي السوق غير الشخصية تتزايد مع قوي السوق الشخصية

والقرارات المستقلة للعديد من المستهلكين والعديد من البائعين أو المنتجين وهذا ما يحدد أسعار وكميات التوازن . بمعني أنه عند سعر التوازن ، فإن كل المستهلكين سوف يشترون الكميات التي يرغبون في الحصول عليها وجميع البائعين يبيعون الكميات التي يريدون بيعها وإن كلا من الكميات المطلوبة تتساوي مع الكميات المعروضة .

ج- التغير في المستوي التوازني للسوق

لقد سبق وذكرنا أن **التوازن هو توافق السعر والكمية والتي تتقابل عندها رغبات كلا من البائعين والمشترين** . وحينما يتحقق التوازن فإن السعر والكمية سوف يظلا كما هما دون تغير، مالم يحدث أي تغير في محددات الطلب أو في محددات العرض . حيث أن التغير في أي من هذه العوامل سوف يؤدي إلي تغير المركز التوازني ومن ثم كل من سعر وكمية التوازن .

د- أثر التغير في الطلب علي المستوي التوازني (اسعار-كميات)

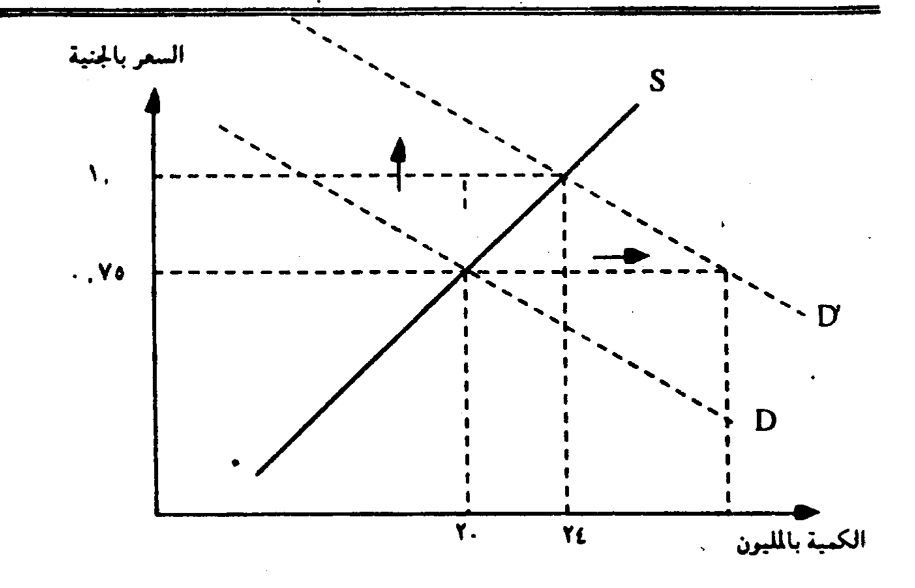
من الشكل البياني السابق وجدنا أن سعر التوازن كان ٧٥ جنية حيث أن كمية التوازن كانت ٢٠مليون لتر شهريا ، وهذا ما إتضح لنا عند النقطة ٢ (نقطة تقاطع منحني الطلب مع منحني العرض) فإذا افترضنا أن أحد

محددات الطلب قد تغير بالقدر الذي أدي إلي انتقال منحني الطلب من D الي D1 أي إلي اليمين وهذا الانتقال لمنحني الطلب يعكس لنا :

- زيادة في دخل المستهلك (نظرا لأن الألبان من السلع الأساسية والضرورية) تدفع المستهلك لزيادة طلبه عليها ، إما لاستخدامها في عمل الحلويات أو المشروبات اليومية صباحا من النيس كافية Nes cafe أو الكاكاو أو كوكتيل الفواكة .
- ارتفاع اسعار السلعة البديلة مثل الألبان المحفوظة أو العصائر .
- انخفاض أسعار السلع المكملة ، مثل الكاكاو أو النيس كافية Nes cafe.
- التغير في توقعات المستهلك والذي تدفعه إلي زيادة الكمية المطلوبة من الألبان .
- زيادة عدد المستهلكين نظرا لزيادة عدد السكان أو زيادة عدد المواليد وحاجتهم إلي الألبان كغذاء أساسي .
- التغير في اذواق المستهلكين لصالح الألبان، مثل زيادة تفضيلهم لاستهلاك المزيد من الآيس كريم أو الزبادي أو منتجات الألبان ،وزيادة الوعي بمدي أهمية الألبان باعتبارها تمد الجسم بالكالسيوم الذي يحتاج إليه كل من الأطفال والصغار .

-كل هذه العوامل من شأنها زيادة الطلب علي الألبان وسيوضح ذلك بالشكل التالي حيث أن :

- الكمية المطلوبة عند السعر الأصلي ٧٥, جنية تصل إلي ٣٠مليون لتر شهريا وهذه الكمية أعلي من كمية التوازن (٢٠مليون) بما يقرب بـ ١٠مليون لتر شهريا .
- إن هذا العجز في عرض الألبان بمقدار ١٠ميلون لتر شهريا سوف يدفع الأسعار نحو الارتفاع .
- عند هذا السعر تزداد الكمية المطلوبة علي طول منحني الطلب الجديد ، مما يدفع الكمية المعروضة للزيادة ايضا وذلك لرغبة المنتجين في زيادة إنتاجهم من أجل الاستفادة بارتفاع الأسعار، وتحقيق أقصي أرباح ممكنة وبذلك يستمر تزايد الإنتاج لامتصاص حالة فائض الطلب حيث يتم التقابل بينهما أي تقاطع منحني الطلب مع منحني العرض عند مستوي توازني جديد .
- إن المستوي التوازني الجديد سوف يكون عند السعر ١جنية للتر وإن الكمية التوازنية الجديدة سوف تتحدد عند ٢٤ مليون لتر شهريا .



ومن ثم نجد أن زيادة الطلب سوف تؤدي إلي زيادة كل من :

- سعر التوازن (من ٧٥, :١جنية)
- كمية التوازن (من ٢٠ميلون لتر :٢٤ مليون لتر شهريا).

وعلي العكس تماما في حالة انخفاض الطلب فإن منحني الطلب سوف ينتقل إلي أسفل ، وهذا سوف يؤدي إلي تخفيض كل من سعر التوازن وكمية التوازن .

ويمكننا تلخيص النتائج في التالي :

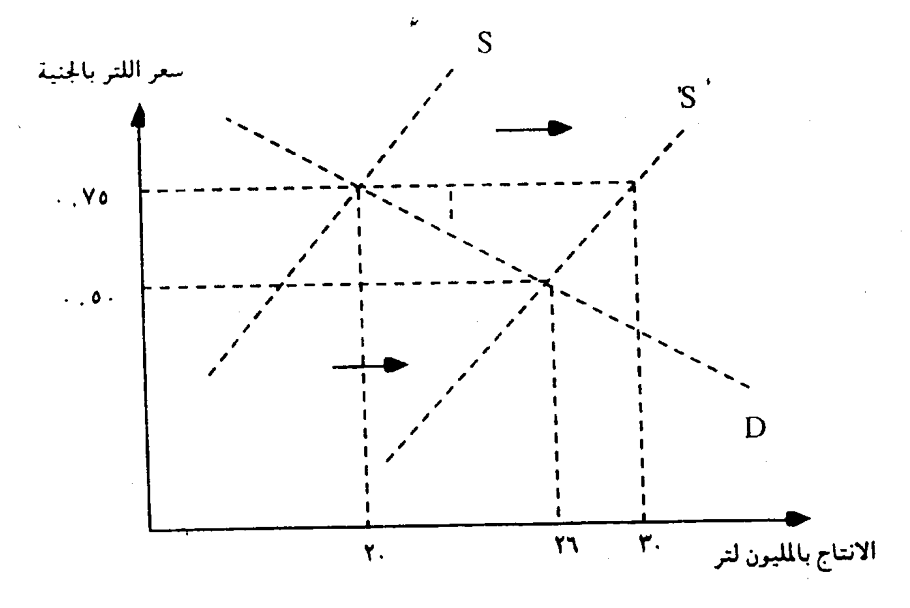
- إنه إذا كان منحني العرض كما هو أي بدون تغير فإن التغير في الطلب سوف يؤدي إلي تغير نقطة التوازن ، ومن ثم سعر وكمية التوازن في نفس اتجاه تغير الطلب . **أي أن زيادة الطلب سوف تؤدي إلي زيادة سعر وكمية التوازن . وانخفاض الطلب سوف يؤدي إلي انخفاض سعر وكمية التوازن .**

هـ- أثر التغير في العرض علي المستوي التوازني (اسعار-كميات)

إذا كان المستوي التوازني الأول عند السعر المبدئي ٧٥. للتر وعند الكمية التوازنية الأولي ٢٠ مليون لتر شهريا كما هو في الشكل البياني قبل السابق . فإذا افترضنا أن أحد محددات العرض قد تغير مثل :

- التغير في الفن الإنتاجي المستخدم في العملية الإنتاجية أي في إنتاج الألبان مثل الات الحلب والتعبئة والتجهيز .
- انخفاض اسعار عوامل الإنتاج مثل الكهرباء .
- انخفاض اسعار البدائل مثل الزبادي ومنتجات الألبان - التغير في توقعات المنتجين بزيادة الطلب علي منتجات الألبان والأيس كريم مما يؤدي إلي زيادة عرض الألبان لمواجهة حالة فائض الطلب .
- زيادة عدد المزارع المتخصصة في إنتاج الألبان .

كل من العوامل سوف تؤدي إلي انتقال منحني العرض من S إلي S إلي أسفل ناحية اليمين كما هو موضح بالشكل التالي :



ومن هذا الرسم نجد أن :

- الكميـة المعـروضـة عند السـعـر ٧٥, قـد زادت بحـيث وصلت إلي ٣٠مليـون لتر لبن شهـريا . وذلك بزيادة ١٠ مليـون لتـر شهـريا عند السعر ٧٥,
- وهذه الزيادة تدفع السعر إلي أسفل .

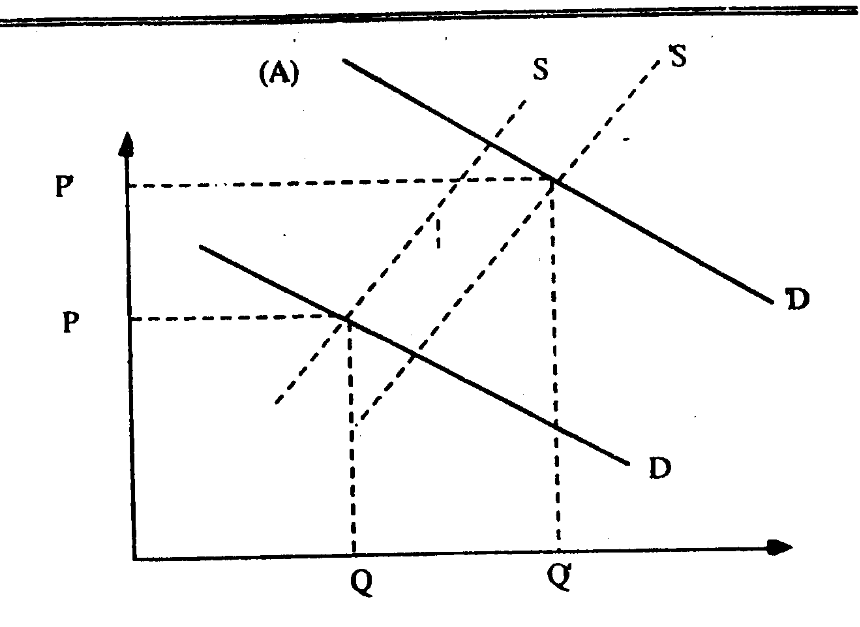
- عند السعر المنخفض فإن الكمية المعروضة سوف تنخفض علي طول المنحني الجديد للعرض .
- عند هذا السعر المنخفض فإن الكمية المطلوبة سوف تتزايد حتي تصل إلي نقطة التوازن الجديدة .
- إن المركز التوازني الجديد سوف يتحقق عند السعر ٥٠, للتر الواحد .
- وأن كمية التوازن سوف تصل إلي ٢٦مليون لتر شهريا .
- نتيجة لزيادة العرض ، فإن سعر التوازن سوف ينخفض وكمية التوازن سوف تزيد .
- بالمقابل فإن انخفاض العرض سوف يؤدي إلي انتقال المنحني إلي أعلي ناحية اليسار ، وذلك سوف يؤدي إلي انخفاض كمية التوازن ولكن زيادة سعر التوازن .
- ومن ثم فإن انتقال منحني العرض ، مع بقاء منحني الطلب بدون تغير سوف يؤدي إلي تغير المستوي التوازني للسوق ، وهذا سوف يعكس تغير كمية التوازن في نفس مستوي إتجاه منحني العرض وعكس إتجاه الأسعار.

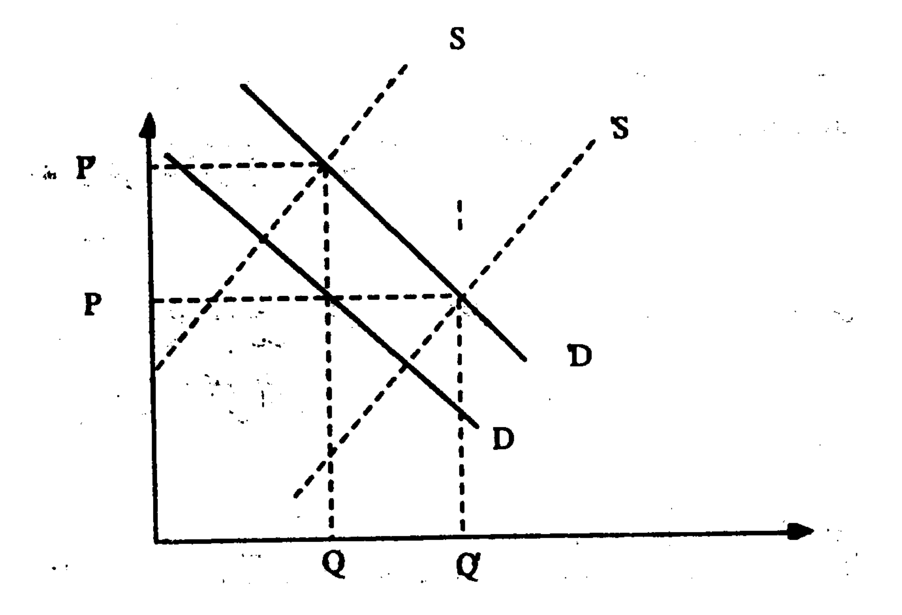
- واخيرا وليس بأخر ، فإن انحدار منحني العرض يكون عكس انحدار منحني الطلب فضلا عن انه عندما يتجه منحني العرض يسارا فإن هذا يعكس زيادة الاسعار وانخفاض الكميات المعروضة اما إذا اتجه يمينا فهذا معناه زيادة الكمية وانخفاض الاسعار.

ز- تزامن انتقال منحنيات العرض والطلب

لقد سبق ورأينا ، ما يحدث في حالة إنتقال منحني الطلب مع بقاء منحني العرض علي حاله ، وأيضا انتقال منحني العرض مع بقاء منحني الطلب علي حاله ، ماذا يحدث لكل من السعر التوازني والكمية التوازنية للسلعة موضوع البحث ، ولكن **ماذا يحدث عندما يتزامن الانتقال لكل من المنحنين؟** لابد أن يكون له أثر مختلف بعض الشئ .

فعلي سبيل المثال إذا انخفضت أسعار الشيكولاته Chocolats وأيضا البيتي فور والكيك مما أدي الي زيادة الطلب علي اللبن ، في نفس الوقت الذي أدي فيه التقدم التكنولوجي واتباع الأساليب الفنية الحديثة في إنتاج اللبن إلي زيادة الكميات المنتجة من اللبن ، فإن زيادة التقدم الفني سوف يساهم في زيادة الإنتاج ومن ثم زيادة الكمية المعروضة من الألبان وهذا سوف يؤدي إلي انتقال منحني العرض يمينا ، الا أن أثر ذلك علي سعر التوازن سوف يعتمد علي درجة انتقال العرض أو الطلب . ففي الرسم التالي A نجد ان انتقال منحني الطلب يكون بدرجة أكبر من إنتقال منحني العرض والعكس تماما في الشكل B حيث نجد أن إنتقال منحني العرض يكون أكبر من انتقال من منحني الطلب.


(A)
S
S
P'
P
D'
D
Q
Q'


S
S
P'
P
D'
D
Q
Q'

وفي الحالتين أي في الشكلين نلاحظ :

- تزايد كمية التوازن .
- ارتفاع سعر التوازن في الحالة A
- انخفاض سغر التوازن في الحالة B
- أن اثر الانتقال علي سعر التوازن يعتمد علي درجة انتقال منحني الطلب بالنسبة لدرجة انتقال منحني العرض .
- فإذا كان انتقال منحني العرض بدرجة أكبر كما هو الحال في الشكل Bفان سعر التوازن سينخفض

وهنا لا يمكن تحديد سعر التوازن إلا إذا حللنا الانتقال النسبي لكل من منحني الطلب ومنحني العرض . فاذا كان انخفاض الطلب يزيد عن انخفاض العرض، فان ذلك سيؤدي إلي انخفاض الأسعار أما اذا كان الانخفاض في العرض يفوق الانخفاض في الطلب فان ذلك سيدفع الأسعار نحو الارتفاع.

ولكن ماذا يمكن أن يحدث في حالة انتقال منحني الطلب ومنحني العرض في نفس الاتجاه وبنفس القدر؟

إن الإجابة علي ذلك تدفعنا للقول :إذا كان انتقال منحني الطلب بدرجة أكبر فإن سعر التوازن سوف يزيد حيث يتجه المنحنيان إلي اليمين ، وأما اذا

انتقل المنحنيان يسارا فسوف ينخفض سعر التوازن ، وايضا اذا تحرك كل من العرض والطلب في الاتجاه المغاير لبعضهما بدون اشارة إلي كيفية الانتقال ، فمن الصعب تحديد ماذا سيحدث للتوازن ، **ولكننا يمكننا القول ان سعر التوازن سوف يزيد إذا زاد الطلب وانخفض العرض. وايضا سوف ينخفض هذا السعر إذا انخفض الطلب وزاد العرض .**

نخلص مما تقدم إن السوق يعتبر القناة الأكثر فاعلية في إعادة تخصيص الموارد النادرة نسبيا وتوجيهها نحو المجالات ذات فائض القيمة المتزايدة . حيث أن رغبات وقدرات المستهلك هي مقياس لقيمة الإنتاج . ففي إقتصاديات السوق فإن المستهلك الذي يعجز عن دفع ثمن السلعة لا يمكنه الحصول عليها ، في حين أن الذين يمتلكون قدرة شرائية هائلة يستطيعون الحصول على جميع متطلباتهم ففي الوفرة الذي ينفق فيه ما يقرب من ٥٠ مليار فرد من مختلف انحاء العالم دخولهم للحصول على احتياجهم من السلع والخدمات الضرورية والترفية وحتى الاستفزازية ، هناك الملايين الذين يتضرعون جوعا في افريقيا الصحراوية نظرا لصعوبة حصولهم على حد الكفاف الذي يحفظ لهم حق البقاء وحتى في الدول المتقدمة والغنية فهناك الكثير من الفقراء الذين لا يملكون ما يجعلهم يحصلون على الحد الأعلى لمستوى المعيشة ولذلك فقد تتدخل الدولة في آليات السوق وذلك بقصد تصحيح المسار التلقائي للإنتاج والاستهلاك .

٤- اختلاف الأسعار : Les déséquilbres des parix

إن حالة فائض العرض تؤدي إلي خفض الأسعار، في حين أن حالة فائض الطلب أو نقص العرض تؤدي إلي ارتفاع الأسعار . ومن ثم فإن الأسواق لا تصل دائما إلي مركز التوازن الوقتي ، بل أن هذا التوازن يتطلب مرور بعض الوقت حتي يمكن لقوي السوق أن تتفاعل لكي تقرب بين وجهات نظر المشترين والبائعين . ومن ثم ففي هذه الأثناء ، أي قبل تحقيق التوازن ، يمكن أن يطلق علي السوق اصطلاح الأختلال أي اختلال التوازن . والأختلال Le déséquilibre عادة ما يكون مرحلة عارضة ، يتم في خلالها تفاعل قوي السوق الكفيلة بتحقيق التوازن .

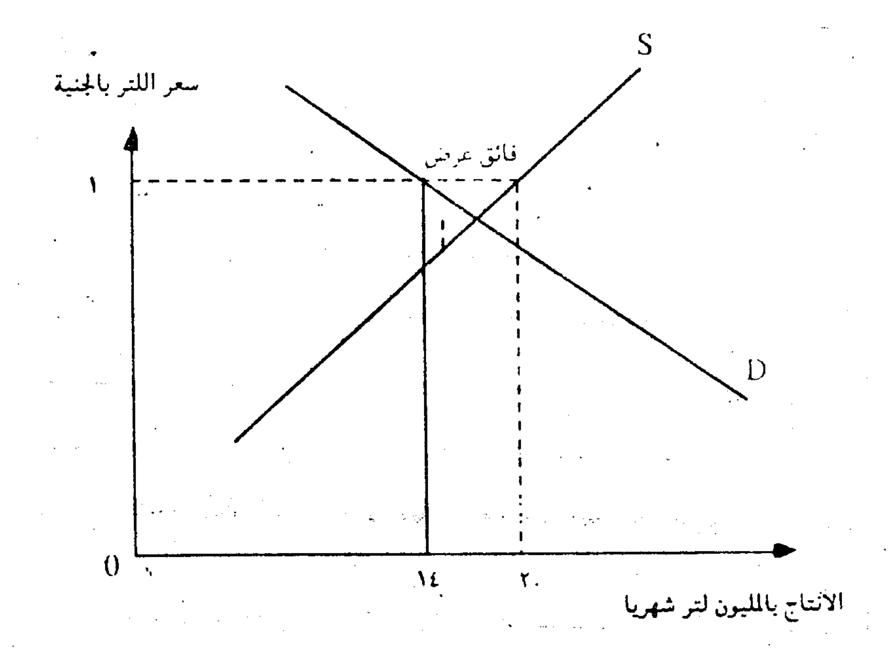
وفي بعض الأحيان يعتبر التدخل الحكومي من أسباب استمرار الاختلال وهنا سوف نستعرض بعض الحالات التي تعطل فيها قوي السوق بسبب التدخل الحكومي .

أ- تحديد حد أدني للأسعار

قد يتم تحديد الأسعار في كثير من الأحيان عند مستوي أعلي من المستوي التوازني ، أي من سعر التوازن . ويحدث ذلك من خلال تدخل الدولة بوضع حد أدني لأسعار بعض السلع وذلك بقصد حماية منتجيها

وتشجيعهم علي الاستمرار في الإنتاج . فعلي سبيل المثال قد تتدخل الدولة بوضع حد علي سعر بيع قنطار القطن وذلك حتي لا تتدهور اسعار هذا المحصول الزراعي الهام كنتيجة لتفاعل قوي السوق ، أي نتيجة لزيادة المعروض من هذه السلعة أو نتيجة لانخفاض الطلب علي القطن المحلي ، مما قد يسبب خسائر بالغة للمزارعين ويجعلهم يحجمون في الدورة الزراعية القادمة عن التوسع في زراعة القطن بالقدر الذي قد يزيد من وارداتنا من هذه السلعة . وهنا تتدخل الدولة وتحدد سعرا أعلي من سعر التوازن لحماية مصالح المزارعين وضمان حد أدني لدخولهم ولتشجيعهم علي الاستمرار في الإنتاج **والحد الادني من السعر يطلق عليه الارضية السعرية** price floor

ففي مثالنا السابق نفرض أن الدولة قد تدخلت وحددت أدني سعر للتر اللبن بجنية واحد بحيث لا يمكن أن ينخفض الحد الأدني للسعر عن الجنية وهنا سوف يتجهه المنتجون إلي عرض ٢٤ مليون لتر شهريا عند هذا الحد الأدني من السعر، في حين أن المستهلكين لا يطلبون غير ١٤ مليون لتر فقط شهريا عند هذا السعر، ومن ثم فإن فائض العرض سوف يصبح ١٠مليون لتر كما هو موضح بالشكل التالي :

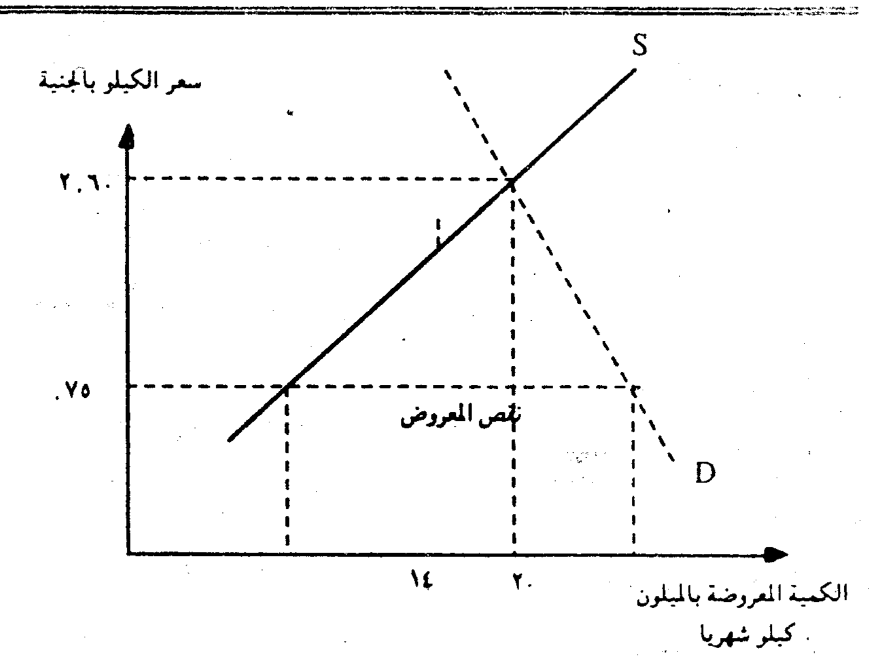


من الرسم السابق نجد أنه في حالة عدم تصريف هذا الفائض فإن ذلك يدفع الأسعار الي الانخفاض وهنا سوف تتدخل الدولة لشراء هذه الكمية وتصريفها خارج السوق . ففي حالة القطن قد تصدره للخارج أو قد تقوم بتخزينه للعام المقبل . أما في الولايات المتحدة فتتدخل الحكومة الفيدرالية وتشتري فائض المحاصيل الزراعية وترسلها معونة للدولة التي ترتبط معها باتفاقيات عسكرية مثل اسرائيل وتركيا وغيرها من الدول النامية .

ب- تحديد حد أقصي للسعر (السقوف السعرية) price ceiling

تتعلق هذه الحالة بسلوك شركات القطاع العام والتي تقوم بانتاج ا توزيع سلعة ملحة وضرورية لجمهور المستهلكين بحيث تعرض هذه السلعة بسعر أقل من سعر التوازن ، أي السعر الذي يتحدد علي مستوي السوق طبقا لأليات قوي العرض وقوي الطلب . وعادة ما يطلق علي هذا النوع من الأسعار **اصطلاح الأسعار الاجتماعية او التسعير الاداري للسلعة** ، أي الأسعار التي لا يراعي فيها الربحية التجارية بقدر ما يراعي فيها الربحية الاجتماعية وتحقيق نوع من التكافل الاجتماعي . ولذلك يتحدد هذا السعر علي اساس وضع حد أقصي لثمن سلعة معينة بحيث لا يمكن تجاوز هذا الحد ، علي الرغم من **ان هذا الحد الاقصي يكون اقل من سعر التوازن ويطلق علي هذا الحد الاقصي (السقوف السعرية)** ، أي وضع سقف لا يمكن تجاوزه في تسعير هذه السلعة ومن امثلة ذلك تسعير السلع التموينية (السكر والزيوت النباتية في مصر) أو تحديد حد أقصي للإيجارات (مثلما كان عليه الحال في الفترة من ١٩٦٢-١٩٧٤) حيث أصدرت الدولة قرارا بتحديد القيمة الإيجارية للسكن وذلك بقصد توفير السكن بأسعار ملائمة للجمهور .

- الرسم التالي يوضح هذا الاجراء بخصوص سلعة السكر



من الرسم السابق يتضح لنا أن :

- سعر التوازن لسلعة السكر كان ٢,٦٠ جنية للكيلو .
- ان كمية التوازن كانت ٦٠ مليون كيلو شهريا ، أي أن المنتجين علي استعداد لعرض ٦٠مليون كيلو شهريا بسعر ٢,٦٠ جنية للكيلو .
- ان تدخل الدولة و قيامها باجراء التسعير الاداري لهذه السلعة الضرورية وتحديدها ٧٥, جنية للكيلو أدي إلي زيادة طلب المستهلكين ، وذلك أما بزيادة طلب المستهلكين الاصليين أو بدخول شريحة جديدة من المستهلكين كانت تعجز عن دفع ٢,٦٠ جنية للكيلو وهنا ارتفع الطلب الي ٧٠مليون كيلو شهريا .

- إلا أن هذا السعر غير مجزي بالنسبة للمنتجين أو الموزعين مما جعلهم يعرضون فقط ٤٠ مليون كيلو شهريا ومن ثم اصبح العجز ٧٠-٤٠=٣٠مليون كيلو شهريا . وهذا العجز يمثل لنا حالة نقص العرض وفائض الطلب بالمقدار السابق .ووجود هذا الفائض الكبير في الطلب يوضح أن سياسة التسعير الإداري لم تستطيع استخدام الموارد بالفاعلية المطلوبة حيث سيتم توزيع هذه الكمية المحددة من المعروض السلعي من السكر من خلال نظام البطاقات . مما يؤدي الي ظهور اختناقات في العرض والانتاج ،وهذا ما يشجع ظهور السوق السوداء ، حيث يباع السكر بسعر أعلي بكثير من السعر الاداري وحتي سعر التوازن .

وهنا يمكن القول ان تدخل الدولة . يعطل آليات السوق من أن تعمل بتلقائية وبفاعلية حيث أن الزيادة المصطنعة في السعر تشجع المنتجين علي زيادة إنتاجهم عن المعدل المطلوب . أما التخفيض المصطنع للأسعار سوف يشجع المستهلكين علي زيادة طلبهم عن المعدل المطلوب أيضا ، وهذا النتائج كفيلة باحداث الاختلالات السوقية .

ومع ذلك فإن هذه الاختلالات لا تكون في مجملها كنتيجة لتدخل الدولة في السوق ، حيث قد تحدث الاختلالات حتي في حالة غياب تدخل الدولة ، وخصوصا أن اليات السوق تحتاج إلي وقت حتي تستطيع إعادة السوق إلي مركزه التوازني .

الخلاصة

علي الرغم من أن توازن سوق أحد السلع يتحدد بتقاطع منحني الطلب علي هذه السلعة مع منحني عرض تلك السلعة ، إلا أن هذا المركز التوازني قد يتغير بتلقائية متاحة علي الرغم من استقلالية قرارات المشترين عن قرارات البائعين .

- يتسم منحني الطلب بأنه ينحدر من أعلي إلي أسفل ومن اليسار إلي اليمين وذلك لأنه يعكس العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والسعر فإذا انخفض السعر زادت الكمية المطلوبة – مع بقاء العوامل الأخري علي حالها

- انخفاض السعر ذو أثر توسعي علي الطلب. أما إذا ارتفع السعر فإن الكمية المطلوبة ستنكمش ، وهنا يحدث الأثر الانكماشي علي الطلب بسبب زيادة الأسعار. كما أن منحني الطلب الفردي يختلف عن منحني طلب السوق ، **حيث يعكس منحني طلب السوق علي سلعة ما مجموع طلب المستهلكين علي هذه السلعة** . ويتسم منحني طلب السوق بنفس سمات منحني الطلب الفردي في أنه ينحدر من أعلي إلي أسفل ومن اليسار إلي اليمين ولكن بميل أقل من ميل منحني طلب الفرد وهذا يوضح لنا استجابة طلب السوق للتغير في أسعار

السلعة بدرجة أكبر من درجة إستجابة طلب المستهلك الفرد كل على حدة .

- أن منحني العرض يتجه من أسفل الي اعلي ومن اليسار الي اليمين معبرا عن العلاقة الطردية بين الكمية المعروضة من سلعة ما وبين اسعارها . كما يشترك منحني عرض السوق مع منحني عرض المنتج الفرد في السمات السابقة .

- أن الطلب يعكس لنا العلاقة بين أسعار السلعة والكمية التي يرغب ويستطيع المستهلكون الحصول عليها في خلال فترة زمنية معينة ، مع افتراض بقاء الأشياء الاخري علي حالها . وتبعا لهذا القانون (قانون الطلب) فإن هناك علاقة عكسية بين معدل الطلب وبين اسعار السلعة المطلوبة . وهذه العلاقة العكسية بين الأسعار والكميات المطلوبة هي التي تؤكد لنا أن منحني الطلب ذو ميل سالب .

- أن الميل السالب لمنحني الطلب يعكس لنا معدل الاحلال الحدي بين الوحدات من الدخل وبين الوحدات من السلعة المشتراه . وهذا ما يترجم لنا أثر تغير الاسعار ، ويظهر هذا الاثر كنتيجة لزيادة الكميات المشتراه من السلعة ، بسبب الانخفاض في اسعارها . أما بالنسبة لاثر الدخل فإنه يظهر بزيادة القيمة الحقيقية لدخل المستهلك

بسبب انخفاض الاسعار ، حيث يصبح المستهلك اكثر قدرة علي شراء السلع التي انخفضت اسعارها .

- إن كلا من الطلب والعرض يعبران عن قوي السوق . كما أن المهمة الاساسية لهذا السوق هو توفير المعلومات الكاملة عن الاسعار والكميات المعروضة ودرجة جودة السلعة كما ان هذه المعلومات كفيلة بتخفيض تكلفة التعاملات التبادلية ، إن تقابل العرض مع الطلب اي تساويهما يعتبر بمثابة المرشد الذي يوجه الموارد نحو الاستخدامات المجزية .

الفصل السادس

المرونة

مقدمة

لكي يستطيع القارئ العادي أو الطالب المبتدئي أو حتي الباحث معرفة كيفية اختيار التضحيات ، أي لماذا يضحي الفرد ببعض الاحتياجات في سبيل اشباع الاحتياجات الأخري الأكثر الحاحا والضرورية جدا ، لابد أن يعرف ويتفهم معني ومغزي مرونة الطلب ومرونة العرض وخصوصا ان آليات السوق تعكس لنا اتجاهات قرارات المستهلكين والمنتجين ، أي تلاقي رغباتهم معا . ومن ثم نجد أن تلاقي منحني الطلب (ذات الميل السالب) مع منحني العرض (ذات الميل موجب) يفسر لنا سلوك كل من المنتج الرشيد والمستهلك الرشيد ، في مواجهة مشكلة الندرة النسبية لبعض او لمعظم الموارد الاقتصادية المتاحة فعلي سبيل المثال نجد أن ارتفاع اسعار اللحوم والدواجن في الفترة الاخيرة حيث وصل متوسط سعر كيلو اللحوم ٢٧جنيها ومتوسط سعر كيلو الدواجن ٨ جنيهات بزيادة قد تصل الي ٧ جنيهات بالنسبة لكيلو اللحوم و ٤ جنيهات بالنسبة لسعر كيلو الدواجن . وهذا يعكس لنا ارتفاع سعر السلعة الاصلية (لحوم) وايضا السلعة البديلة (الدواجن) وخصوصا ان هاتان السلعتان من السلع الغذائية والضرورية

للمستهلك ونفس الشئ يمكن ان يقال فلقد ارتفع سعر الدواء المستور والمحلي ايضا بدرجة كبيرة .

وهنا قد يتساءل البعض (طبقا لقانون الطلب) فهل ادت هذه الزيادات المتتالية في اسعار هذه السلع الملحة جدا (كالدواء) والضرورية جدا (اللحوم والدواجن ومنتجات الألبان) الي انخفاض الكمية المطلوبة منها .

إن الاجابة علي هذا التساءل الهام يتطلب منا التعرض لمفهوم المرونة ومحدداتها وانواعها .

١ - مرونة الطلب السعرية:

Elasticité - prix de la demande

يمكننا **تعريف مرونة الطلب السعرية علي انها درجة استجابة الكمية المطلوبة من اي سلعة للتغيرات في اسعار هذه السلعة** ، اي درجة التغير في الطلب حسب درجة التغير في اسعار السلع المطلوبة .

ولذلك فإن قياس درجة التغير في الكمية المطلوبة طبقا للتغيرات في اسعار السلعة ، معناه قياس درجة حساسية الطلب للتغيرات السعرية .

ومن ثم فإن اهم تعريف لمرونة الطلب السعرية ، هو تحديد معدل اي نسبة

التـغـيـر في الطلب (i) علي مـعـدل او نسـبـة التـغـيـر فـي الاسـعـار

فاذا رمزنا للمرونة السعرية بـ eii

فإن :

$$eii = \frac{dxi / xi}{dpi / pi} = \frac{dxi}{dpi} \cdot \frac{pi}{xi}$$

حيث أن

الكمية المطلوبة من السلعة i = xi

التغير في الكمية المطلوبة من السلعة i = dxi

سعر السلعة i = pi

التغير في سعر السلعة i = dpi

وبذلك نجد ان :

مرونة الطلب السعرية = التغير النسبي في الكمية المطلوبة من سلعة معينة / التغير النسبي في اسعار هذه السلعة

اي درجة حساسية الكمية المطلوبة من حيث السلعة للتغيرات في اسعارها .

ومن ثم يصبح التغير النسبي في السعر هو المتغير المستقل فيما أن التغير النسبي في الكمية هو المتغير التابع .

وسوف نلجأ الي توضيح ذلك من خلال الجدول الآتي :

درجات مرونة الطلب علي سلعة اللحوم

سعر الكيلو بالجنية	عدد الكيلوات المطلوبة يوميا من احد المحال	مرونة الطلب السعرية للحوم
٢٠	١٠٠	-
٢٥	٩٨	,٠٨
٢٧	٩٧	,١٢٠
٣٩	٩٦	,١٣٥
٣٠	٩٥	,٢٩٤

حيث ان :

التعير السنبي في الكمية = (٩٨-١٠٠) / ١٠٠ = ٠,٠٢

والتغير النسبي في السعر = (٢٥-٢٠) / ٢٠ = ٠,٠٢٥

المرونة الطلب السعرية = -,٠٢ / ,٢٥ = ,٠٨ أي < ١

وايضا فان:

$$\frac{dxi}{xi} = \frac{٩٨-٩٧}{٩٨} = \frac{١-}{٩٨} = -١٠,$$

$$\frac{dpi}{pi} = \text{اي التغير النسبي السعر} = \frac{٢}{٢٥} = ٠,٠٨$$

ان مرونة الطلب السعرية = $\frac{-٠,١}{٠,٠٨}$ = ١٢٥, ٠ < واحد صحيح

ثم : $\frac{٩٧-٩٦}{٩٧} = \frac{١-}{٩٧} = -٠١,$

$\frac{٢٧-٢٩}{٢٧} = \frac{٢}{٢٧} = ٠٧٤,$

المرونة = $\frac{-٠,١}{٠,٠٧٤}$ = ١٢٥, < واحد صحيح

ثم : $\frac{٩٦-٩٥}{٩٦} = \frac{١-}{٩٦} = -٠١,$

$\frac{٢٩-٣٠}{٢٩} = \frac{١}{٢٩} = ٠٣٤,$

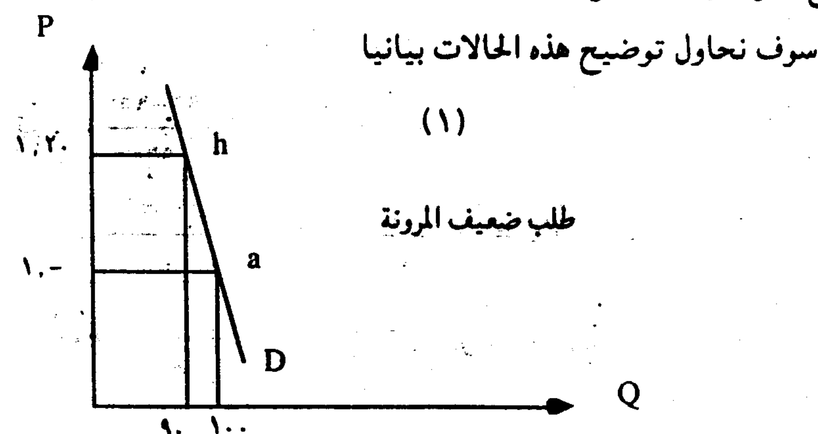
المرونة = $\frac{-٠,١}{٠,٠٣٤}$ = -٢٩٤, < واحد صحيح

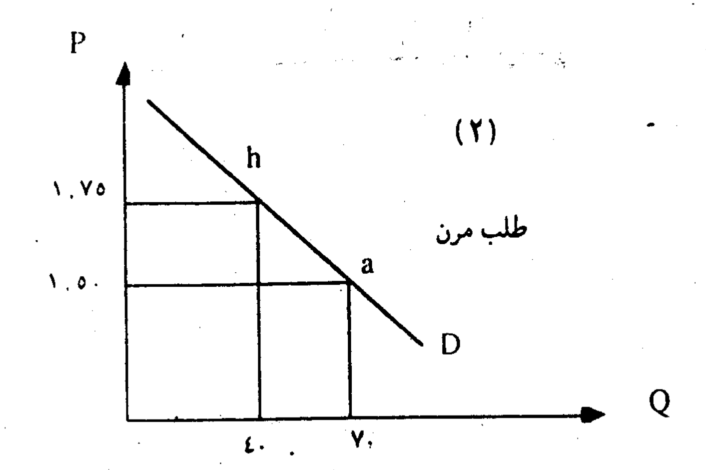
وهذا يؤكد ان الطلب علي السلعة اللحوم طلب قليل المرونة اي غير مرن نظرا لانها سلعة ضرورية ، بمعني ان ارتفاع السعر يؤدي الي انخفاض الكمية المطلوبة ولكن بنسبة أقل من الواحد الصحيح .

اما اذا تسبب ارتفاع السعر في انخفاض الكمية ولكن بنسبة اكبر من الواحد الصحيح كان الطلب مرن وقد تصل نسبته الي فالانهاية في حالة السلع الكمالية.

اما لو أدي ارتفاع السعر بنسبة ٢٥٪ مثلا الي انخفاض الكمية المطلوبة بنفس النسبة ٢٥٪ فأن مرونة الطلب السعرية = الواحد الصحيح اي ان الطلب متكافئ المرونة . واخيرا لو زاد السعر بنسبة ٢٥٪ وظلت الكمية المطلوبة بدون اي تغيير اي ان نسبة التغير في الكمية المطلوبة كان صفرا ، فان هذا يؤكد ان الطلب علي هذه السلعة عديم المرونة =صفر اي ان السلع سلع حيوية وملحة مثل الدواء .

سوف نحاول توضيح هذه الحالات بيانيا





من الرسم السباق ، نجد أن **الشكل** (١) يوضح لنا :

- انخفاض السعر بـ٢٥٪ أدي إلي تخفيض الكمية المطلوبة بمقدار ١٠٪ أي أن مرونة الطلب السعرية ضعيفة .

أما الشكل (٢) فإن :

- انخفاض السعر بنفس النسبة وهي ٢٥٪ أدي إلي انخفاض الطلب بمقدار ٣٠٪ وهنا نجد أن الطلب مرن.

أ- حالات مرونة الطلب السعرية :

إن حالات مرونة الطلب السعرية قد تختلف فيما بينها ولذلك سوف نحاول تجميعها من خلال جدول واحد يشتمل علي كل الحالات وعلي الرسومات البيانية التي توضح كل منهما .

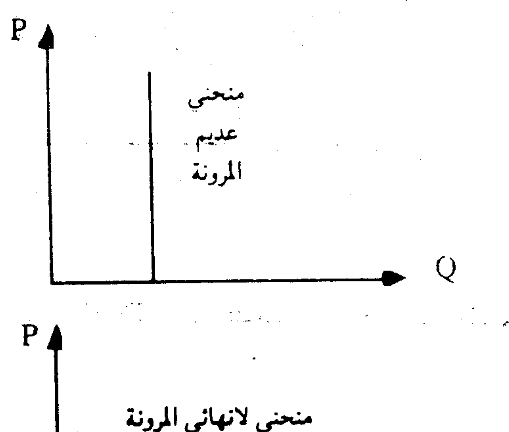
قيمة المرونة	معناها	المفهوم الاقتصادي	شكل منحني الطلب
صفر	معناها أنه مهما تغيرات الاسعار بالزيادة أو النقصان فإن الكمية المطلوبة سوف تظل ثابتة	طلب عديم المرونة وخاصة بالسلع الملحة والتي لايوجد لها بدائل (كالدواء) والعمليات الجراحية	P منحني عديم المرونة Q قيمة المرونة ثابت علي طول المنحني = صفر
لانهائية	بمعني انه عند أي تغير بسيط في الاسعار يتم تغير الكميات بصورة كبيرة جدا ولا نهائية	طلب لانهائي المرونة ويتسم بأنه خاص بالسلع الكماليات والترفية والاستفزازية fany goods	P منحني لانهائي المرونة Q قيمة المرونة ثابت علي طول المنحني = α
مرونة=١	وهذا معناه ان تغير الاسعار بـ ١٠٪ يؤدي الي تغير الطلب بنفس النسبة	طلب متكافئ: المرونة السلع العادية	P منحني متكافئ: المرونة=١ Q
مرونة ضعيفة أي أقل من الوحدة	وهذا معناه أن التغير في الأسعار بـ ١٠٪ يؤدي إلي تغير الطلب بـ ٤٪ أو ٥٪	مرونة أقل من الوحدة	P منحني مرونة < ١ Q
طلب كبير المرونة	وهذا معناه أن التغير في الأسعار بـ ١٠٪ يؤدي إلي تغير الكميات المطلوبة بـ ١٥٪	مرونة أكبر من الوحدة	P منحني مرونة > ١ Q

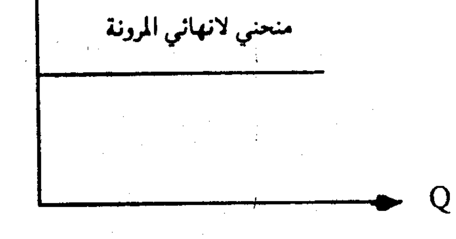
والان يمكننا القول أن هناك ٣ حالات تكون قيمة المرونة بالنسبة لها ثابتة وهي الحالات التالية :

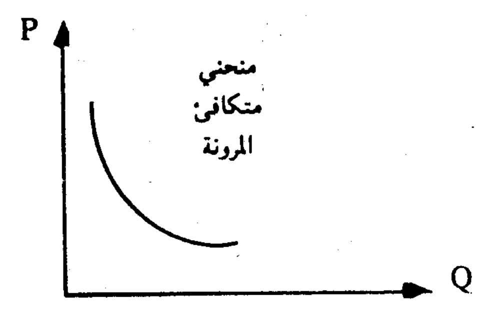
١- طلب عديم المرونة = صفر

٢- طلب لا نهائي المرونة = α

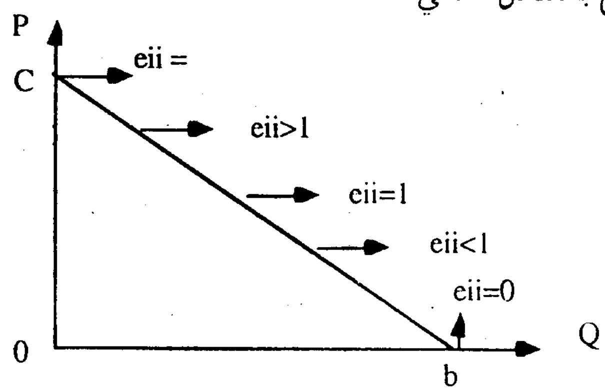
٣- طلب مرونته متكافئة = ١







ويمكننا في نفس الوقت ادماج هذه الحالات في منحني واحد كما هو موضح بالشكل التالي :



وسوف نحاول أيضا تحليل العلاقة بين التغير في الأسعار والتغير في قيمة المرونة .

قيمة المرونة	التغير في الاسعار	الشكل البياني	القاعدة
١- درجة مرونة >١ وهذا يعكس لنا أن الطلب مرن بمعني أن ارتفاع الاسعار P سوف يؤدي الي انخفاض الكمية المطلوبة Q والعكس تماما .	+ التغير في الايراد الكلي والتكلفة الكلية -	P p2 p1 Q2 Q1 Q	علاقة عكسية
٢- درجة مرونة <١ أي طلب غير مرن بمعني ان ارتفاع الاسعار سوف يقلل الكمية ولكن بدرجة أقل والعكس	+ التغير في الايراد الكلي والتكلفة الكلية +	P p2 p1 Q2 Q1 Q	علاقة طردية
٣- درجة مرونة =١ أي طلب متكافئ المرونة بمعني أن زيادة الاسعار بـ ١٠٪ تؤدي الي انخفاض الطلب بنفس النسبة والعكس .	لا تغير في الايراد الكلي أو التكلفة الكلية	P p2 p1 Q2 Q1 Q	لا تغير بل قيمة ثابتة

نخلص مما تقدم أنه إذا كانت نسبة التغير في السعر تؤدي إلي التغير في الكمية بنفس النسبة فإن ذلك يعني أن مرونة الطلب = الوحدة . أما إذا كان قيمة مرونة الطلب السعرية أكبر من الواحد فإن هذا معناه أن الطلب مرونته كبيرة وإذا كانت المرونة أقل من واحد لكان معني ذلك أن مرونة الطلب ضعيفة وأخيرا إذا كان التغير في السعر لا يؤدي إطلاقا إلي التغير في لكمية فإن هذا يعني أن الطلب عديم المرونة .

ب- مرونة النقطة الوسطي

في الأمثلة السابقة ، وجدنا أن هناك العديد من القيم الخاصة بالمرونات، كلما انتقلنا من نقطة إلي أخري . فعلي سبيل المثال نجد أنه في الأمثلة السابقة ، حينما انتقلنا من النقطة a الي النقطة b ، فان التغير في الاسعار كان بالزيادة حيث ارتفعت الاسعار من ١جنية للتر اللبن الي ٢٥ , ١ جنية للتر ، هذا معناه ان معدل الزيادة في الأسعار كان ٢٥٪ ، أيضا فإن انخفاض الكمية المطلوبة من الألبان نتيجة هذا الارتفاع قد قدر بـ ١٠٪ ، حيث انخفضت الكمية من ١٠٠ لتر شهريا الي ٩٠ لتر فقط وهنا نجد أن درجة المرونة السعرية قدرت بـ $\frac{١٠٪}{٢٥٪}$=٤ , ٠ في صورة مطلقة .
وبنفس المنطق إذا افترضنا ان سعر لتر اللبن قد انخفض من ٢٥ , ١جنية الي ١ جنية فإن هذا الانخفاض سوف يقدر بـ٢٠٪($\frac{١٢٥-١٠٠}{١٢٥}$ = ٢٠)
في حين أن الكمية المطلوبة قد زادت بنسبة ١١٪ حيث زادت من ٩٠: ١٠٠

أذن: $\frac{١٠٠-٩٠}{٩٠} = ١١$

ومن ثم فإن مرونة الطلب السعرية سوف تساوي = $\frac{١١}{٢٠}$ =٥٥, .

وذلك في صورة مطلقة أي بدون إشارة سالبة .

ولكن المشكلة تظهر إذا كان حجم التغير في السعر هو نفس حجم التغير في الكمية سواء عندما ينتقل من السعر الأعلي إلي السعر الأقل أو بطريقة متشابهة (فهنا الأسعار تغيرت بمعدل ٢٥٪ في حين ان الكمية تغيرت بـ١٠٪) فإن اساس حساب نسبة التغيرات تعتمد علي السعر الأصلي والكمية الأصلية ونتيجة لذلك فإذا كان سعر البداية ١٠٠قرش للتر اللبن وان هذا السعر قد ارتفع ليصل الي ١,٢٥ وان انخفاض السعر كان بنسبة ٢٥٪ في حين ان الزيادة في حالة البداية ١٠٠قرش ثم زاد السعر الي ١٢٥قرش كانت الزيادة بنسبة ٢٠٪ .

ولقد حاول الاقتصاديون حل هذه المشكلة باستخدام النقطة الوسطي بين القيمة الأصلية والقيمة الجديدة وذلك كأساس للقياس .

ويمكن تعريف النقطة الوسطي بأنها تمثل ببساطة متوسطة القيمة الأصلية والقيمة الجديدة .

وبذلك نجد أن النقطة الوسطي لحساب مرونة الطلب السعرية عند أي تغير في السعر تتبلور في :

$$ED = \frac{Q'D - QD}{(Q'D + QD)/2} \div \frac{P' - P}{(P' + P)/2}$$

حيث أن :

مرونة الطلب السعرية $ED=$

الكمية الأصلية $QD=$

تغير الكمية بعد تغير السعر (أي الكمية الجديدة) $Q'D =$

السعر الأصلي $P =$

السعر الجديد $P'=$

وبذلك فحينما يزداد السعر من ١ جنية للتر الي ٢٥ , ١جنية ، فإن الأساس المستخدم لحساب نسبة التغير ليست ١,٠٠ ولكن{(١,٢٥ +١,٠٠)÷٢} = ١,١٢٥ جنيها وهنا نجد أن نسبة التغير في السعر إذن هو $\frac{.٢٥}{١,١٢٥}$ =٢٢٪

وايضا فإن القاعدة ستظل كما هو سواء اخذنا في الاعتبار التغير من ١, الي ١,٢٥ أو من ١,٢٥ الي ١,

وينطبق نفس الشئ علي التغير في الكمية المطلوبة فإنه حينما ينخفض

الكميـــة من ١٠٠ الي ٩٠ لتـر ، فـإن الاســاس ســوف لا يكـون ١٠٠ ولكن(٩٠+١٠٠)/٢=٩٥، ومن ثم فـإن نسبـة التـغيـر في الكميـة المطلوبة تحسب من خلال طريقة النقطة الوسطي وهي ١٠/٩٥=١٠,٥٪ ويقسم هذه النسبة (١٠,٥٪) علي نسبـة التـغيـر في السعـر (وهي السـابق حسـابهـا ٢٢٪) $\frac{١٠,٥٪}{٢٢٪}$ =٤٨, وذلك لأن صيغـة النقطة الوسطي تستـخدم نفس القاعدة ، حيث أن قيـمة المرونة سوف تكون نفس القدر بالنسبة لانخفاض السعر من ١,٢٥ : ١,١ وبالنسبة لارتفاع السعر من ١: ١,٢٥

ج- المرونة والايراد الكلي

يمكن تعريف الايراد الكلي بأنه يمثل حصيلة المبيعات

المبيعات x الاسعار

ولذلك يحـرص المنتج تماما علي مـعرفـة مـرونة الطلب السـعرية بـالنسبـة للسلع التـي ينتـجـهـا وذلك لان درجـة المرونة توضح للمنتج مـاذا يمكن ان يحدث للايراد الكلي في حالة ارتفاع الاسعار ، وبالنسبة للرسم البياني فان من الممكن القـول ان **الايراد الكلي عند اي نقطة علي طول منحني الطلب يمكن ان يتمثل بمساحة المستطيل الذي يقع اسفل منحني الطلب** ، حيث أن أعلي المستطيل يساوي الأسـعـار في حين أن عـرض هذا المستطيل يسـاوي

الكمية المطلوبة .

وهنا يمكن التساؤل : **ما هو اثر انخفاض الأسعار علي الإيراد الكلي ؟**

إنه طبقا لقانون الطلب فإنه في حالة انخفاض الأسعار تتزايد الكميات المطلوبة من سلعة ما ، كما أن انخفاض الأسعار معناه أن الإيراد بالنسبة للوحدة من المبيعات سوف يقل، وهذا ما سيؤدي الي انخفاض الإيراد الكلي . ولكن تزايد الكمية المطلوبة يعني زيادة عدد الوحدات المباعة وهذا سوف يؤدي الي زيادة الايراد الكلي ومن ثم فإن التغير الكلي في إجمالي الايراد الناتج من انخفاض السعر سوف يكون له أثر مغاير بسبب زيادة الكمية المباعة أي عدد الوحدات المباعة . فاذا كان الأثر الايجابي لزيادة الكمية المطلوبة يفوق الاثار السلبية الناتجة عن انخفاض الأسعار فإن اجمالي الايراد سوف يتزايد .

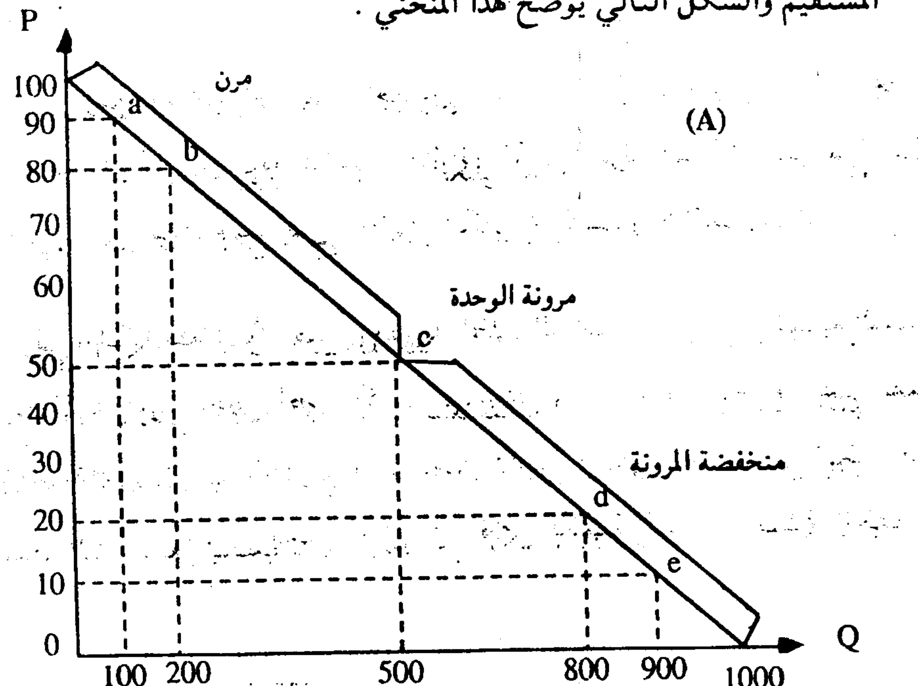
وبوجه أخر ، وبأسلوب اكثر تحديدا فإذا كان الطلب مرن فإن نسبة الزيادة في الكمية سوف تكون بنسبة اكبر من نسبة انخفاض الأسعار ، ومن ثم فإن انخفاض الأسعار سوف يؤدي الي زيادة الإيراد الكلي . أما إذا كان مرونة الطلب = الوحدة أي طلب متكافئ المرونة ، فإن نسبة الزيادة في الكمية المطلوبة تساوي تماما نسبة الانخفاض في السعر ومن ثم لا تؤثر علي الايراد الكلي ، بمعني أنه لا يزيد أو ينقص أي لا يتغير ، وأخيرا اذا كان الطلب

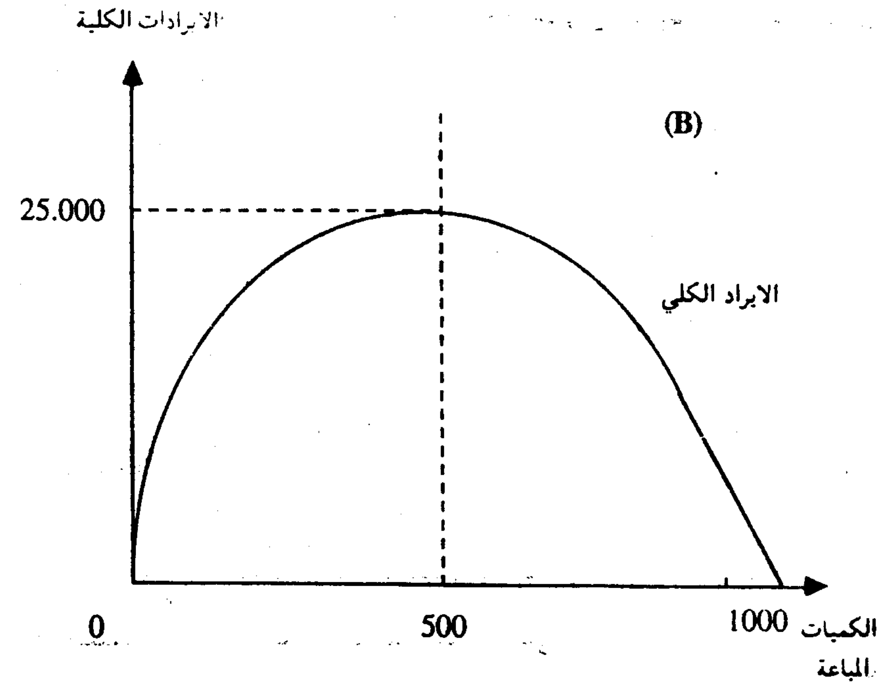
غير مرن فإن نسبة الزيادة في الكمية المطلوبة سوف تكون أقل من نسبة انخفاض الأسعار وهذا ما يؤدي إلي انخفاض الايراد الكلي .

د- مرونة الطلب ومنحني الطلب الخطي

لقد سبق وذكرنا ان مرونة الطلب السعرية تختلف في العادة علي طول منحني الطلب . والآن سوف نلجأ الي تحليل مرونة نوعية خاصة جدا من منحنيات الطلب وهي منحني الطلب الخطي La courbe Linéaire de la demande

إن منحني الطلب الخطي يتمثل في منحني الطلب الذي يأخذ شكل الخط المستقيم والشكل التالي يوضح هذا المنحني .





ومن الأشكال السابقة ، نجد أن الشكل A يمثل لنا منحني الطلب الخطي أما الشكل B فإنه يترجم لنا الايراد الكلي المتولد عند كل سعر علي طول منحني الطلب حيث يمثل : الإيراد الكلي = الاسعار × الكميات المباعة .

وفي الشكل A نجد أن مرونة الطلب السعرية تكون عند نهاية السعر المرتفع من منحني الطلب أكبر منها عند نهاية السعر المنخفض علي نفس المنحني وبما أن منحني الطلب يأخذ الشكل الخطي ، حيث ان الانخفاض المعطي في السعر يسبب نفس الزيادة في الكمية المطلوبة ، فمثلا انخفاض

السعر بمقدار ١٠جنيهات قد يؤدي الي زيادة الكمية المطلوبة بـ ١٠٠وحدة وفي أعلي نهاية المنحني وبالرغم من أن انخفاض السعر بـ ١٠جنيهات يمثل التغير بنسبة مئوية صغيرة وذلك بسبب ارتفاع مستوي الأسعار وأن ما يقابله هو زيادة الكمية المطلوبة بـ١٠٠وحدة ، وهذه الزيادة تعتبر في الكمية المطلوبة بنسبة كبيرة ، حيث أن الكمية التي بدأ منها التغير كانت منخفضة وهنا فإن المركز يتحدد عند الحد الأدني من منحني الطلب .

كما أنه في حالة السعر المنخفض ، فإن استمرار انخفاضه بمقدار ١٠جنيهات ، يمثل نسبة كبيرة للتغير في السعر، كما أنه عندما تكون الكمية كبيرة وتتزايد بمقدار ١٠٠وحدة فهذا معناه أن النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة تكون منخفضة وهذه الحالة تتمثل في نهاية الجزء الأدني من المنحني .

أما لو أخذنا في الاعتبار الانتقال من النقطة a الي النقطة b عند نهاية الجزء الأعلي من المنحني ، مستخدمين في ذلك صيغة نقطة المنتصف ، فإننا سوف نجد أن انخفاض السعر بمقدار ١٠جنيهات بمعدل تغير ٨٥/١٠ أو حوالي ١٢٪ ، حيث ان زيادة الكمية المطلوبة بمقدار ١٠٠وحدة تتمثل في نسبة مئوية ١٥٠/١٠٠=٦٦٪ ، وأيضا فإن المرونة السعرية بين النقطة (a,b) ٦٦/١٢=٥,٥ .

أما المرونة بين النقطة d,e عند الحد الادني للمنحني ، حيث أن انخفاض السعر بـ ١٠ جنيهات سوف يكون بمعدل ١٠/١٥=٦٦٪ ، كما أن زيادة الكمية بـ ١٠٠وحدة سوف يكون بنسبة ١٠٠/٨٥=١٢ . ومن ثم فإن مرونة الطلب السعرية سوف تنخفض ١٢/٦٦=١٨ .

وبوجه أخر يمكن القول أنه إذا كان منحني الطلب يأخذ الشكل الخطي ، فإن المستهلكين يكونون أكثر استجابة للتغيرات في الأسعار، وخصوصا لو كان سعر السلعة مرتفعا اصلا ولكنهم سوف يكونون أقل استجابة للتغيرات في الأسعار لو كان سعر السلعة منخفضا اصلا .

ونود أن نشير إلي أن مرونة الطلب تنخفض بشكل مضطرد كلما تحركنا إلي أسفل منحني الطلب . فعلي سبيل المثال نجد أنه عند نقطة المنتصف علي المنحني الخطي الشكل A السابق ، فإن المرونة = ١ وهذه النقطة المتوسطة أو نقطة المنتصف أو النقطة الوسطي تقسم منحني الطلب إلي جزء علوي مرن وجزء أسفل ذات مرونة منخفضة أو ضعيفة .

وهنا يمكنا ملاحظة العلاقة الواضحة بين مرونة الطلب في أعلي الرسم شكل A وبين الايراد الكلي في الشكل B ففي حالة منحني الطلب المرن فإن انخفاض السعر سوف يؤدي إلي زيادة ايرادات المشروع لأن الأرباح الناتجة من زيادة المبيعات سوف تفوق الخسائر الناتجة من انخفاض الأسعار.

وبذلك سوف تزيد ايرادات المشروع لأن الزيادة في المبيعات تعوض الانخفاض في السعر وتفوقه أيضا .

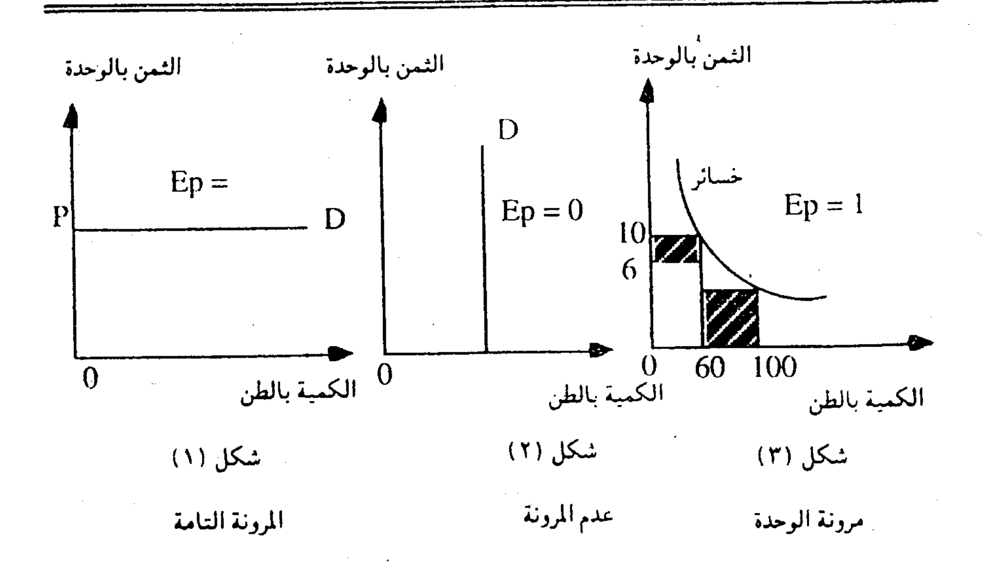
أما اذا كان منحني الطلب غير مرن فإن الانخفاض في الأسعار سوف يؤدي الي انخفاض الايرادات الكلية . لأن زيادة المبيعات لا يعوض انخفاض الأسعار .

وفي النهاية في حالة الطلب متكافئ المرونة فإن انخفاض الأسعار سوف لا يؤثر علي الإيرادات الكلية .

هـ- المرونة الثابتة لمنحنيات الطلب

L'elasticité constant de curve de la demande

تختلف المرونة السعرية علي طول منحني الطلب الخطي (أي الذي يمكن تمثيله بيانيا) وذلك باستثناء منحني الطلب الأفقي ومنحني الطلب الرأسي . وتوضح لنا الاشكال البيانية التالية حالة المرونة السعرية الثابتة لمنحنيات الطلب حيث أن المرونة لا تختلف عند التحرك من نقطة إلي أخري علي طول هذه المنحنيات .



ونتعرض بايجاز لشرح كل من هذه الأشكال :

هـ- ١- الطلب لانهائي المرونة :

L'elasticité parfait de la demande

وتتضح هذه الحالة في شكل (١) حيث نجد أن منحني الطلب الافقي يعبر عن ان المستهلكين سوف يطلبون كل ما يعرض من المبيعات عند السعر(أ) ، وإذا ارتفع السعر أعلي السعر (أ) فإن الكمية المطلوبة سوف تصبح صفرا . لذلك يطلق علي هذا الشكل من أشكال منحني الطلب (الافقي) "منحني طلب كاملة المرونة" والقيمة العددية لهذه المرونة تكون

لانهائيـة وهي القيـمـة الأعلي المكنة. ويمكن لنا أن نتصـور هذا الموضع في حالة وجود نوع فريد من منحني الطلب حيث يتحول المستهلكين عند ارتفاع طفيف في السعر من ارتفاع في طلباتهم بأكبر كمية ممكنة إلي انعدام طلباتهم ، أي لا يطلبون شيئا نتيجة هذا الارتفاع الطفيف في السعر . وكما سوف يتضح لنا فيما بعد ، أن هذا المنحني يصف لنا الطلب علي منتج (سلعة أو خدمة) أي منتج فردي حينما نجد أن العديد من المنتجين يبيعون سلع متماثلة تماما. فلو افترضنا علي سبيل المثال أن ثمن القمح هو ٥دولارات للأردب ، فإننا نجد أن كل ما يريد المزارعون عرضه يمكن أن يباع بنفس هذا السعر ، ولكن لو أن احد المزاعين قام بتغيير هذا السعر إلي سعر أعلي فإنه لن يجد مشترين لسلعته ، لأن المستهلكين يمكن أن يشترون القمح من أي مزارع أخر عند سعر السوق The market price وهو ٥دولارات للأردب .

هـ -٢- الطلب عديم المرونة:

L'elesticité parfaint de la demande

هذا النوع من الطلب يعتبر غير مرن بشكل تام ويكون منحني الطلب في هذه الحالة راسيا حيث لا تتغير الكمية المطلوبة عند حدوث تغيرات في السعر ، ويعبر منحني الطلب في هذه الحالة عن أن ميول وأذواق المستهلكين لا علاقة لها بموضوع السعر. علي سبيل المثال ، لو انك علي درجة عالية

جدا من الشراء وتحتاج إلي أنواع معينة من العلاج لتبقي علي قيد الحياة فإنك لا تهتم علي الإطلاق بمسألة السعر مهما كان مرتفعا وسوف تستمر في طلب نفس الكميـة من العـلاج . ولذلك فـإن مـثل هذه الأنواع من منحنيات الطلب تسمي غير المرنة بشكل تام elesticité parfait أو عديمة المرونة ، لأن تغيرات الأسعار مهما كانت لا تؤثر في الكمية المطلوبة علي الأقل عند الأسعار التي لا تكون أعلي من مدي الأسعار الذي يصوره منحني الطلب . وطالما أن النسبة المئوية للتغير في الكمية يكون مساويا للصفر عند أي نسبة مئوية للتغير في السعر، فإن القيمة العددية للمرونة تكون مساوية للصفر، والتي تكون أقل قيمة عددية ممكنة .

وفي الواقع ، بطبيعة الحال ، لو ارتفعت الأسعار بشكل كبير للغاية فإن الناس سوف يكونون في غير مقدرتهم الإقبال علي شراء السلعة بغض النظر عن مدي رغبتهم واحتياجهم لهذه السلعة ولنتذكر أن الطلب يعكس دائما كلا من رغبة الناس ومقدرتهم علي طلب السلعة عند الأسعار البديلة ، علي سبيل المثال نجد أن أثرياء ملوك البترول قد يشترون عقد أو قلادة عندما يكون ثمنها مليون دولار ولكن عندما يكون ثمن العقد او القلادة بليون دولار فقد لا تشتري ومن ثم فإن منحني الطلب قد يكون غير مرن بشكل تام أي عديم المرونة لكن فقط عبر مجالات السعر الواقعية ، وبمعني اكثر دقة يمكننا القول أن السعر يكون غير ذي موضوع أو اهتمام عبر النطاق

الواقعي للأسعار الممكنة .

هـ -٣-طلب ذو مرونة الوحدة : elasticité unitaire

يتضح لنا من شكل (٣) سالف الذكر أن منحني الطلب مرونته الوحدة في أي مكان علي طول منحني الطلب ، وهذا يعني أن النسبة المئوية للتغير في السعر سوف ينتج عنها نسبة مئوية مماثلة للتغير في الكمية كذلك يتضح لنا أنه نتيجة التغيرات المتساوية في النسب المئوية لكل من الأسعار والكميات المناظرة فإن الايراد الكلي سوف يظل هو نفسه دون تغير أي يبقي ثابتا عند كل توليفه للسعر والكمية la combanaison des prix quantites علي طول المنحني . علي سبيل المثال ، عندما ينخفض السعر من ١٠ دولارات الي ٦ دولارات فأن الكمية المطلوبة تزداد من ٦٠الي ١٠٠ كما يتضح من شكل (٣) وهذا يعني أن الايراد الكلي سوف يظل ثابتا دون تغيير في الحالتين ، ومن ثم فإن مساحة المستطيلات المظللة تمثل لنا الخسائر في الايرادات وذلك لأن جميع الوحدات المباعة قد بيعت بالسعر المنخفض . حيث يمثل المستطيل الأعلي قيمة الخسائر المحققة نتيجة انخفاض السعر، حين يمثل المستطيل الأسفل قيمة الأرباح المكتسبة نتيجة زيادة الكمية كنتيجة لانخفاض السعر ونظرا لأن مرونة منحني الطلب تساوي الوحدة ، فإن الايراد المتحقق من زيادة عدد الوحدات المباعة سوف يتساوي مع الخسائر الناتجة عن انخفاض سعر الوحدة الواحدة من الكميات

المباعة وهنا فإن الإيراد الكلي سوف لا يتأثر بل سيظل ٦٠٠جنية.

ومن ثم نجد أن منحني الطلب في الشكل السابق يطلق عليه المنحني الثابت المرونة، وذلك لأن درجة المرونة تكون واحدة علي طول هذا المنحني علي عكس منحني الطلب الخطي حيث أن درجة مرونته علي الحد الأعلي تختلف عن درجة مرونته عند الحد الأدني ، ومن ثم فإن كل نقطة علي منحني الطلب الخطي تمثل درجة معينة من المرونات .

والجدول التالي يوضح لنا في صورة رياضية الخمس حالات التي تمثل درجات مرونة الطلب ومدي تأثيرها علي الايراد الكلي للمشروع وذلك عندما يرتفع السعر بـ ١٠٪ .

القيمة المطلقة للمرونة السعرية	نوع الطلب	درجة التغير في الكمية المطلوبة	درجة التغير في الايراد الكلي للمشروع
$ED = 0$	عديم المرونة	الكمية ثابتة	زيادة الايراد بـ ١٠٪
$0<ED<1$	غير مرن	انخفاض الكمية	زيادة الايراد بأقل من ١٠٪
$ED=1$	مرونة الوحدة	انخفاض الكمية بـ ١٠٪	انخفاض
$1<ED<\alpha$	مرن	انخفاض بأكثر من ١٠٪	انخفاض قد يصل الي
$ED=\alpha$	لانهائي المرونة	انخفاض قد يصل الي صفر	الصفر

و- محددات المرونة السعرية للطلب

Les determinants d'elesticité des prix de la demande

لقد سبق واوضحنا مفهوم وطبيعة ودرجات مرونة الطلب السعرية ، إلا أننا لم نتعرض للأسباب التي تؤثر علي درجات هذه المرونة أو التي تجعل هذه الدرجات تختلف من سلعة إلي أخري ، وهنا نجد أن هناك العديد من المؤثرات التي تؤثر علي هذا النوع من المرونات ، بحيث يجعلها تختلف من سلعة الي اخري . والأن سوف نحاول تحليل هذه المؤثرات كل علي حدة .

و-١- مدي توافر البدائل السلعية او الخدمية :

لقد سبق وذكرنا ان الحاجات الفردية يمكن اشباعها من خلال العديد من الوسائل المختلفة . فعلي سبيل المثال أنه في حالة ارتفاع أسعار الكوكاكولا فإن المستهلكين سوف يحولون طلبهم من الكوكاكولا الي البيبسي كولا ، لان الكوكاكولا اصبحت أغلي نسبيا في حين أن البيبسي كولا أصبحت ارخص نسبيا . ونظرا لأن هاتين السلعتين تعتبران من قبيل البدائل المتكاملة او الشبة متكاملة ، فإن التحول قد يكون كبيرا أو قد يكون كليا.

ولكن اذا كانت البدائل غير كاملة فهنا سيضطر المستهلك الي تخفيض

طلبه علي السلعة الأصلية بدرجة أقل .

وهنا يمكن القول أنه كلما كانت البدائل كاملة او شبه كاملة كلما كان معدل الاحلال بين السلعة الاصلية والسلعة البديلة كبيرا وكلما كان انخفاض الطلب علي السلعة الاصلية اكبر ، أما اذا كانت البدائل غير كاملة فإن التحول من السلعة الاصلية للسلعة البديلة سوف يكون بمعدل قليل ومن ثم فإن انخفاض الطلب علي السلعة الاصلية سوف يكون اقل وفي الحالة الأولي تكون مرونة الطلب السعرية كبيرة (حالة توافر بدائل كاملة او شبه كاملة) اما الحالة الثانية فان مرونة الطلب السعرية تكون ضعيفة (حالة عدم توافر بدائل كاملة).

إلا أن عدد وتشابه البدائل يتوقف علي كيفية تعريفنا للسلعة محل البحث فكلما كان تعريفنا للسلعة تعريفا بالمفهوم الواسع . كلما قلت عدد البدائل المتاحة لهذه السلعة .و كلما قلت درجة مرونة الطلب السعرية علي تلك السلعة فعلي سبيل المثال نجد أن الطلب علي الاحذية العادية سوف يكون أقل مرونة من الطلب علي الاحذية الصيفية لأن الاحذية الصيفية لها بعض البدائل[1]

فهناك العديد من السلع التي لا تتوافر لها بدائل شبة كاملة ، فعلي سبيل المثال الادوية الخاصة بأمراض معينة مثل الانسولين لمريض السكر،

(١) هذه البدائل تتمثل في الصنادل -السابو الاحذية الخفيفة - الاحذية الرياضية وغير ذلك .

فليس لهذا الدواء بديل، وبعض ادوية مرضي القلب وغير ذلك حيث لا تتوافر لها أي بدائل. وهنا يصبح الطلب علي هذه السلع طلب عديم المرونة ، بمعني ان مرونة الطلب السعرية علي الانسولين = صفر وهنا اذا لجأ المنتج الي رفع اسعار هذه السلع فإن هذا سيترجم في صورة زيادة ايراداته ومن ثم ارباحه .

و-٢- النسبة المخصصة من الدخل للانفاق علي السلعة

مما لا شك فيه أن ارتفاع اسعار سلع الاستهلاك الجاري أو السلع الضرورية يؤدي الي انخفاض القوة الشرائية لدخل المستهلك ، ومن ثم فإن منحني الطلب يعكس لنا درجة الرغبة والقدرة علي شراء أو طلب سلعة ما ، وذلك طبقا للمستويات المختلفة من اسعارها، وهنا نجد ان القدرة علي الشراء هي التي تعكس لنا مستوي القوة الشرائية الموجه لهذه السلعة .

ونظرا لان بعض السلع تمثل اهمية خاصة بالنسبة للمستهلك ، بحيث يخصص لها نسبة هامة من دخله ، أي أن الإنفاق عليها يمثل جزءا هاما من ميزانية المستهلك ، فإن ارتفاع أسعار هذه النوعية من السلع سوف يكون له اثر حقيقي علي الكمية التي يستطيع المستهلك الحصول عليها نظرا لانخفاض قوته الشرائية نتيجة لانخفاض جزء من دخله الحقيقي(١) . فعلي سبيل المثال نجد أن زيادة اسعار القيمة الايجارية للوحدات السكنية طبقا

(١) هذا الجزء الذي يحدد الانفاق علي هذه السلعة لان القوة الشرائية تتمثل في معكوس المستوي العام للاسعار .

لنظام التأجير الجديد سوف يؤثر علي نسبة الاشباعات الكلية للمستهلك ، لأنه سوف يضطر الي دفع هذه القيمة علي حساب البنود الاخري المخصصة لانفاقه علي الغذاء والملبس والخدمات الأخري[1] . أمـا لو تعلق الامـر بارتفاع قيـمة المكالمات التليفونيـة فإن هذا سوف يؤدي الي انخفاض الطلب علي هذه المكالمات ولكن بدرجة قليلة ، وهنا نجد أن عدم وجود بدائل في حالة الوحدات السكنية المؤجرة يجعل مرونة الطلب السعرية علي هذه الخدمة منعدم اي عديم المرونة أي يساوي صفرا . في حين ان الطلب علي خدمة التليفونات مرن فعلي الرغم من عدم وجود بدائل لخدمة التليفون إلا أنه من الممكن تخفيض عدد المكالمات اي ترشيد استخدام المكالمات التليفونية وعدم تجاوز المكالمات المحددة واستخدام التليفونات في حدود المعقول .

إلا أن الامر قد يختلف تماما لو تعلق بسلعة استهلاك جاري وليس بخدمة كالسكن ، فعلي سبيل المثال من المعروف أن اكبر نسبة من بند الغذاء والذي يخصصه المستهلك للإنفاق علي سلع الاستهلاك الجاري هو البند المخصص للحوم والدواجن ، وهنا لو ارتفعت اسعار اللحوم فإن المستهلك سوف يلجأ الي تخفيض الكمية المطلوبة منها بدرجة كبيرة بعكس الحال لو كانت النسبة المخصصة من بند المستهلك للانفاق علي سلعة غذائية بسيطة مثل البند المخصص للانفاق علي المياة الغازية او المعدنية مثلا ، فهنا نجد أن ارتفاع اسعارها يكون عادي ، لانها تحتل جزءا ضئيلا جدا من بند الانفاق

(١) وخصوصا ان الطلب علي خدمة الاسكان المؤجر عديم الانتشار مثل ظاهرة التمليك حاليا.

الاستهلاكي ، وهنا يمكن القول انه **كلما كانت كلما كان الانفاق علي السلعة محل البحث يمثل نسبة كبيرة من الدخل كلما كان الطلب عليها مرنا وذلك مع بقاء الاشياء الاخري علي حالها . والعكس كلما كان بند الانفاق علي هذه السلعة يمثل نسبة ضئيلة من دخل المستهلك . كلما كان الطلب عليه اقل مرونة .**

و-٣- عامل الوقت

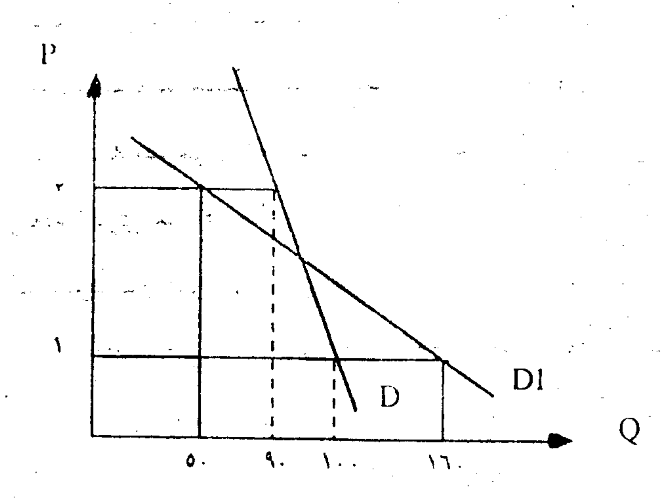
قد يلجأ المستهلك في كثير من الاحيان الي إحلال السلعة ذات السعر المنخفض محل السلعة ذات السعر المرتفع ، إلا أن هذا يتطلب بعضا من الوقت ، فعلي سبيل المثال لو حدث فجأة ارتفاع في اسعار البنزين بمعدل قد يصل الي ١٠٠٪ فإن هذا يتطلب مرور وقت حتي يقوم المستهلكين بتحويل سياراتهم بحيث تعمل بالغاز الطبيعي ، إلا أن هذا الاتجاه سيتم بالتدريج ، فعلي سبيل المثال سنجد معظم المستهلكين والذين يمتلكون سيارات قديمة وذات ماركات عادية يهرعون لتحويل سياراتهم للغاز الطبيعي ، بينما نجد أن هناك شريحة أخري من أصحاب الدخول الكبير والذين يمتلكون سيارات جديدة سوف يترقبون الموقف حتي يثبت لهم عدم حدوث اي اضرار من استخدام الغاز الطبيعي . هذا الي جانب وجود الشريحة ذات الدخول اللانهائية[1] واصحاب السيارات ذات الماركات مرتفعة السعر مثل بي . أم B.M.W أو المرسيدس Merceds أو الفولفوVolvo أو غيرها يحجمون

(١)وهذه الشريحة تمثل نسبة ضئيلة جدا من اجمالي السكان في مصر ومن ثم فإن استمرار طلبها علي البنزين مثلا يمثل نسبة محدودة من اجمالي طلب السوق .

عن استخدام الغاز الطبيعي نظرا لمدي تأثير الغاز علي السيارات أولا ، وثانيا لان ارتفاع السعر لا يمثل عقبة بالنسبة لقوتهم الشرائية اللانهائية .

وهنا نجد انه كلما طالت الفترة الزمنية علي ارتفاع اسعار احدي السلع. كلما زادت امكانية الاحلال بين السلع الاغلي وبدائلها الارخص نسبيا .

والشكل التالي يوضح لنا هذه الظاهرة . وكيف ان مرونة الطلب تتزايد بتزايد الوقت . فعلي سبيل المثال في العشر سنوات السابقة لم تكن المجتمعات قد عرفت بعد استخدام الغاز الطبيعي في تسيير السيارات ، وفي الاغراض المنزلية . وبذلك فلم تكن هناك بدائل للبنزين او لغاز البوتاجاز . أما الآن وبعد مضي ما يقرب من عشر سنوات ، فقد بدأت المجتمعات تعرف هذه البدائل للسلع الحيوية السابق ذكرها .



وهنا نجد أن المنحني D يمثل الطلب علي البنزين في الفترة السابقة علي وجود الغاز الطبيعي ،أما المنحني D1 فيمثل هذا الطلب بعد ظهور الغاز الطبيعي كوقود للسيارات .

و-٤- درجة ضرورية أو كمالية السلعة :

من المعروف أن السلع الغذائية تعتبر من أهم الضروريات للحياة ، ومن ثم فحتي إذا ارتفعت اسعارها فإن هذا سوف لا يدفع الأفراد إلي التوقف عن الغذاء ، ومع ذلك يمكنا تقسيم سلع الغذاء الي سلع ملحة (مثل الخبز) وسلع ضرورية (مثل الخضروات والدواجن واللحوم) وسلع اقل من الضرورية مثل الحلويات (الجاتوه - الايس كريم والشيكولاته) **ومن هنا كلما كانت السلع ضرورية كلما قلت درجة مرونة الطلب عليها والعكس كلما كانت ترفيه زادت درجة مرونة الطلب عليها** . فعلي سبيل المثال نجد أن ارتفاع اسعار الآيس كريم والشيكولاته والحلويات قد يودي الي انخفاض الطلب عليها بمعدل قد يكون اكبر من نسبة زيادة السعر ، نفس الشئ يقال بالنسبة لاسعار تذاكر السينما والمسرح حيث ان ارتفاع اسعار هذه الخدمات يقلل من الطلب عليها بدرجة كبيرة والعكس تماما بالنسبة لخدمة الدروس الخصوصية والمنتشرة بصورة كبيرة جدا بين طلاب المدارس .

ز- تقديرات المرونة :

والآن سوف نلجأ الي عمل بيان تقديري عن درجة مرونة الطلب السعرية علي بعض السلع والخدمات . وكما سبق وذكرنا ان إحلال السلع الارخص نسبيا محل السلع الاغلي نسبيا يتطلب مرور بعض الوقت حتي يمكن تحقيق ذلك . ومن ثم فإنه لكي نحدد درجة المرونة السعرية للطلب، يتعين علينا التمييز بين السلع التي يتطلب الإحلال بينها وبين البدائل وقتا قصيرا وبين تلك التي يتطلب الإحلال بينها وبين البدائل وقتا طويلا . فعلي سبيل المثال في حالة ارتفاع ايجار الوحدة السكنية من ٧٥٠ إلي ١٥٠٠جنية شهريا . فإن المستهلك سوف يأخذ وقتا طويلا نسبيا في البحث عن غيرها ، وذلك حتي يجد المسكن الملائم وبالسعر الملائم ، ومن ثم يأخذ قراره بترك هذه الوحدة والانتقال لغيرها، فقد يستغرق الأمر عاما كاملا حتي يتحقق هذا الأمر ، أما في حالة ارتفاع سعر لتر اللبن من ٢٥٠قرشا الي ٥٠٠قرشا فإن المستهلك سوف يتحول إلي استهلاك اللبن البودرة ربما في اسبوع واحد فقط وربما في نفس يوم ارتفاع السعر. ومن هنا سوف نعرض جدول يوضح هذه الظاهرة .

السلعة او الخدمة	درجة المرونة من الفترة القصيرة	درجة المرونة في الفترة الطويلة
المواصلات	,١	٢.٤
الكهرباء	,١	١,٩
العلاج	.٢	.٥
السينما والمسرح	.٩	.٩
اللبن واللحوم	.٤	٣,٧
السيارات	-	١.٥

من الملاحظ من الجدول السابق أنه **كلما طالت الفترة الزمنية كلما زادت درجة المرونة والعكس فضلا عن ان مرونة الطلب علي السلع والخدمات الضرورية أقل من مرونة الطلب علي السلع والخدمات الكمالية .**

٢- مرونة العرض السعرية :

Le prix elésticité de la l'offre

إذا كانت قوي السوق هي التي تعكس لنا ، الندرة النسبية للموارد الاقتصادية المتاحة ، فإنه في الوقت الذي تؤدي فيه زيادة الأسعار الي احجام المستهلك عن زيادة طلبه علي السلعة ، فإن الأمر يختلف بالنسبة

للمنتج حيث أن ارتفاع الأسعار يكون بمثابة الحافز لزيادة إنتاجه .

ومن ثم فإذا كانت مرونة الطلب السعرية تعتبر المقياس لمدي رد الفعل علي المستهلك بالنسبة للتغير في الأسعار، **فإن مرونة العرض السعرية تقيس لنا ردود الأفعال علي منتجي السلع التي ارتفعت أو انخفضت اسعارها .**

وتحسب درجة مرونة العرض السعرية بنفس طريقة حساب درجة مرونة الطلب السعرية ، مع استبدال التغير في الكمية المطلوبة بالتغير في الكمية المعروضة وأيضا سوف نلجأ إلي استخدام نقطة المنتصف أو النقطة الوسطي علي منحني العرض لتحديد هذه المرونة وذلك علي النحو التالي :

$$Es = \frac{Q's - Qs}{(Q's + Qs) / 2} \div \frac{P' - P}{(P' + P) 2}$$

حيث أن :

مرونة العرض السعرية $Es =$

الكمية الأصلية المعروضة $Qs =$

التغير في الكمية المعروضة نتيجة للتغير في الأسعار $Q's =$

السعر الأصلي $P =$

التغير في السعر $P' =$

ولنذكر قانون العرض والذي يؤكد العلاقة الطردية المباشرة بين التغير في الأسعار والتغير في الكمية المعروضة ، بمعني أنه في حالة ارتفاع الاسعار ، تتزايد الكمية المعروضة ، إلا أن زيادة الكمية المعروضة نتيجة لارتفاع الاسعار سوف لا يكون بنفس الدرجة بالرغم من أنها تكون في نفس الاتجاة وهذا يفسر لنا درجات مرونة العرض السعرية

ا- درجات مرونة العرض السعرية:

Les catégories des prix l'elesticité

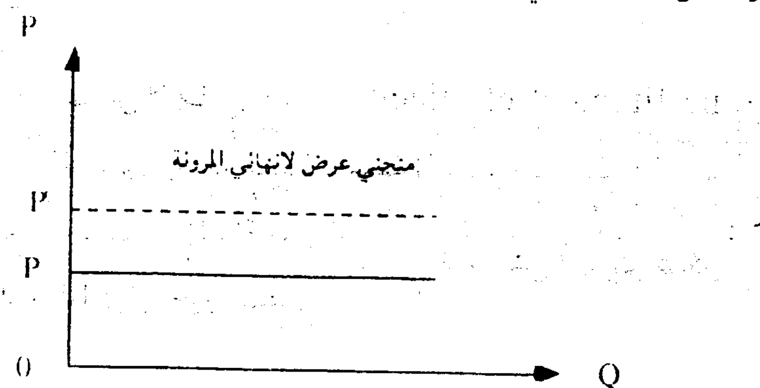
مما لا شك فيه أن الاصطلاحات الخاصة بدرجات مرونة الطلب هي نفسها في حالة درجات مرونة العرض السعرية ، بمعني أنه إذا كانت قيمة العرض السعرية أقل من الواحد الصحيح فإن هذا يعني العرض غير مرن ، أما اذا كانت قيمة المرونة تساوي الواحد الصحيح فإن مرونة العرض السعرية تساوي الوحدة . ومن ثم فإن هناك عددا من القيم الخاصة بمرونة العرض السعرية .

أ-١- عرض لانهائي المرونة Offre parfitement elastiecité

Es وهذا يعتبر وضعا متطرفا لقيمة المرونة، حيث يتسم العرض في هذه الحالة بأنه لانهائي المرونة ومن ثم يأخذ شكل منحني العرض شكل الخط المستقيم الموازي للمحور الأفقي .

وفي هذه الحالة فإن المنتجين سوف لا يعرضون فقط الكمية المحددة عند سعر أقل من P ولكن ايضا أي كمية عند السعر P (الكمية المعروضة حاليا عند السعر P تعتمد علي الكمية المطلوبة عند هذا السعر). لأن أي زيادة صغيرة من السعر الأقل من P إلي السعر P سوف ينتج عنها زيادة عرض غير محدد ، وهذا المنحني يعكس لنا حالة العرض اللانهائي المرونة حيث - طبقا للتعبير الرياضي - مرونة ذات قيم لانهائية .

وبطبيعة الحال ، نجد أن المستهلك إذا دخل أحد فروع أي سوبر ماركت supeur marche فمن الممكن ان يشتري ما يريده من السلع عند السعر المتميز بالنسبة له أي عند السعر المنخفض . ومع ذلك فلا يمكن القول أن جميع المستهلكين سوف يتجهون معا وفي نفس الوقت لشراء كميات غير محددة، أي كميات لانهائية عند السعر المتميز المنخفض وهنا يمكن القول ان ما يكون هاما بالنسبة لأحد المستهلكين ليس بالضرورة أن يحتل نفس الدرجة من الأهمية لدي بقية المستهلكين أو المستهلكين الأخرين ككل .



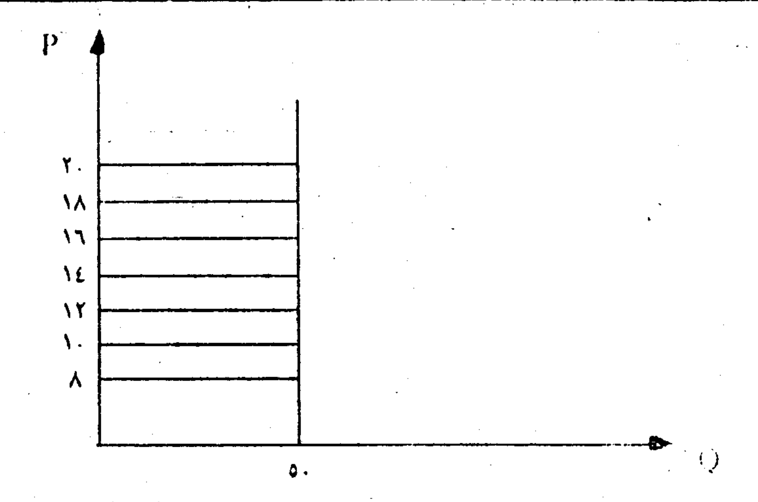
وعلى الرغم من أن المستهلك الفرد قد يواجه منحنى عرض لانهائي المرونة (يأخذ شكل الخط المستقيم الموازي للمحور الأفقي) فإن هذا المنحنى هو نفس منحنى عرض السوق الذي يحدد السعر الذي يتعين على جميع المستهلكين دفعه . ومن ثم فليس من الضروري ان ينحدر منحنى العرض إلى أسفل .

من الرسم السابق نجد أن المنتجين مستعدون لعرض اي كمية عند السعر P، اما لو انخفض السعر فإن الكمية سوف تنخفض بقيمة لانهائية .

أ-٢- منحني عرض عديم المرونة

l'elesticité de curve de l'offre est nul

وهذا نجد أن هذا المنحني يعكس لنا عدم استجابة الكمية المعروضة لأي تغيرات في مستوي اسعار المنتج أو السلعة محل البحث بمعني **أن الكمية المنتجة او المعروضة تظل ثابتة مهما ارتفعت او انخفضت اسعارها** . ولذلك فإن هذا المنحني سوف يأخذ شكل الخط المستقيم الموازي للمحور الرأسي كما هو موضح بالشكل التالي



ومن هذا نجد أن نسبة التغير في الكمية المعروضة يساوي صفر حيث أنه في حالة انخفاض السعر من ٢٠:١٨جنيها للوحدة ظلت الكمية المعروضة ٥٠ وحدة ، وأيضا عندما انهار السعر ليصل الي ٨ جنية للوحدة الواحدة فإن الكمية المعروضة ظلت ايضا ٥٠ وحدة وهنا نجد أن :

التغير في الكمية = Q

٥٠-٥٠= صفر

وذلك مهما كانت نسبة الانخفاض في السعر ، وتنطبق هذه الحالة علي حالة الانتاج الزراعي ، حيث قد يكون إنتاج احد المحاصيل في احد الأعوام إنتاجا قليلا ، وغير قابل للتخزين ، ومن ثم فإنه مهما ارتفع سعر الوحدة الواحدة من هذا المحصول وليكن الطماطم مثلا ، أو الخس luttce فإنه من

الصعب زيادة الكمية المنتجة والمعروضة ، إلا في الموسم الزراعي التالي .

ومـــن ثم فإن أي سلعة ذات عرض عديم المرونة مثل لوحات فإن جوخ van gokoh أو ليـــنوار Linure ، حيـــث أن المعـــروض منها عدد قليل جداً من اللوحات ومن الصعب وجود عدد إضافي منها حيث أن هؤلاء الرسامين العالمين قد فـــارقـــوا الحـــيـــاة منذ أمد بعيد . ولذلك تباع اللوحات الموجودة لهم من خلال المـــزادات العالمـــية . ومن ثم نجد أن العرض هنا مستقل تماما عن التغير في مستوى الأسعار .

ب- محددات مرونة العرض :

Les determinents de l'elasticite de l'offre

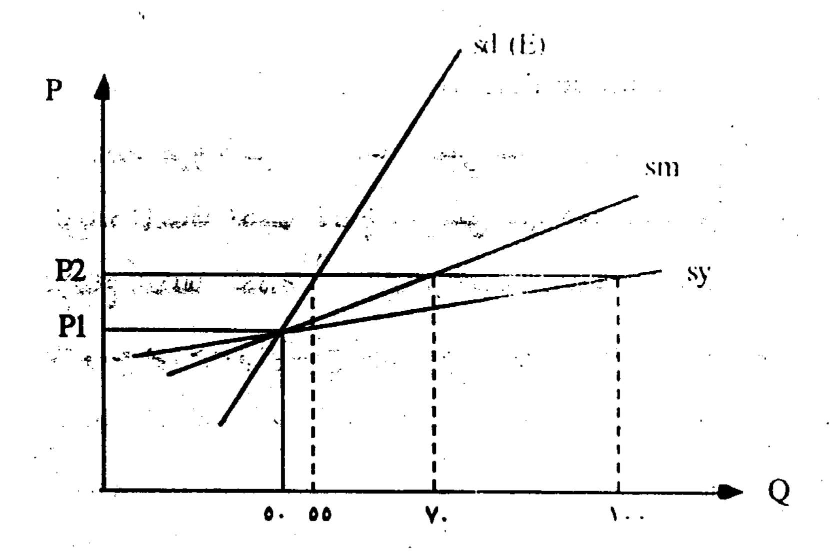
تعتمد مرونة عرض سلعة ما علي معدل الزيادة في تكلفة الإنتاج نتيجة الزيادة المضافة لحجم الإنتاج . ويطلق علي هذه الزيادة في التكاليف الكلية للإنتاج التكلفة الحدية[1] ، فإذا ارتفعت التكلفة الكلية بشكل كبير كنتيجة للتوسع في حجم الإنتاج فإن دافع المشروع لزيادة إنتاجه سوف يقل تماما نتيجة للتكلفة الحدية المتزايدة ، ومن ثم سوف يصبح عرض هذا النوع من الإنتاج عديم المرونة .

أما المحدد الثاني لدرجة مرونة عرض السلعة ، فهو لا يقل عن المحدد الأول في الاهمـيـة - ويتـمـثـل في **طول الفترة اللازمة لملائمة الانتاج مع**

---

(١) تكلفة الوحدات المضافة للإنتاج [illegible] والتغير في التكاليف الكلية نتيجة للتغير في حجم الانتاج بوحدة واحدة ويمكن تعريفها [illegible] بأنها تفاضل دالة التكلفة وهو عبارة عن تغير [illegible] الكلية عند تغير حجم الانتاج [illegible]

مستوي الاسعار ، سواء كان بالنقص أو الزيادة فعلى سبيل التكرار ، إذا كان عامل الوقـــت يعتبر عــــامل حيوي بالنسبة للمستهلك لكي يكيف طلبه مع التغيرات الجديدة في الأسعار ، فإن الأمر لا يختلف عن ذلك بالنسبة للمنتج ، بمعنى أن مرونة العرض تزداد كلما طال الوقت ، حيث يستطيع المنتجين تكنيف وملائمة أوضاعهم الإنتاجيـــــة مـــع التغيرات في مستـــــوى أسعار منتجاقم . بمعنى أنه كلما مر وقت طويل على تغير الأسعار كلما أصبح المنتجون قادرين على التحكم في حجم إنـــتاجهم بالتوســـع أو التكمـــيش أو حـــق التخزين . والشكـــل التالي يتعرض لظـــاهرة منحنيـــــات العرض المختلفة خلال ٣ فترات زمنية .



من الرسم السابق نجد أن :

E مثل منحني العرض حينما تكون فترة تكيف العرض مع السعر هي يوم واحد =sd وهنا نجد أن اثر ارتفاع السعر سوف لا يظهر بسرعة في شكل زيادة الكمية المعروضة وذلك لوجود فاصل زمني قصير جدا لا يتمكن المشروع خلاله من زيادة انتاجه لامتصاص حالة فائض الطلب . ومن ثم فإن هذا المنحني ينحدر بشدة ويعكس لنا ضعف مرونة العرض .

يمثل منحني عرض نفس السلعة ولكن بعد شهر من التغيرات في الأسعار=sm وهذه المدة وإن كانت قصيرة نسبيا لتكيف المشروع من الإنتاج الجديد المطلوب إلا أنها أطول من اليوم ، ومن ثم ففي خلال هذه الفترة تزداد طاقة وقدرة المشرع علي زيادة انتاجه ، وذلك من خلال زيادة تخفيض موارده وتشغيلها بدرجة كفاية أعلي ، ومن ثم تقليل نسبة الفاقد بالقدر الذي يتمثل في زيادة المخرجات أو حجم الإنتاج وهنا يكون المشروع قادر تماما علي زيادة وتوسيع إنتاجه .

ولذلك نجد أن هذا المنحني مرن بدرجة أكبر من سابقه .

يوضح لنا منحني عرض هذه السلعة بعد عام من استمرار التغير في الأسعار =sy وهنا يؤكد زيادة قدرة المشروع علي استخدام الموارد المتاحة

والممكنة وتوجيهها نحو زيادة الانتاج واستخدام الفنون الإنتاجية الحديثة ، فضلاً عن إمكانية دخول مشروعات جديدة لهذه الصناعة ذات العائد المجزي ، فحتي لو لم تستجب كل المشروعات الموجودة فعلا للزيادة في الإنتاج ، فإن دخول المشروعات الجديدة كفيل بزيادة الحجم الكلي للإنتاج . وهنا نجد أن مرونة العرض بالنسبة لهذا المنحني أكبر من مرونة عرض المنحنيين السابقين .

وبالنسبة للمحدد الثالث فهو يتعلق بطبيعة الصناعة ، ومن ثم فإن مرونة العرض تختلف من صناعة لأخري ، فعلي سبيل المثال ، نجد أن الصناعات الثقيلة مثل صناعة الكهرباء أو صناعة المناجم أو صناعة السفن تحتاج إلي العديد من الأعوام حتي يمكن زيادة إنتاجها طبقا لزيادة الأسعار ، وذلك عكس الصناعات الغذائية والصناعات الخفيفة، فعلي سبيل المثال يستطيع منتج الأيس كريم أو المياه الغازية زيادة انتاجه في خلال مدة تتراوح بين اليومين والأسبوع وذلك تحت إغراء ارتفاع الأسعار، نفس الشئ بالنسبة للمطاعم التي تقدم الوجبات السريعة مثل البيتزا أو البيرجر .

ج- اثر الضرائب علي مرونة العرض :

l'effet des impots sur l'elestaicité de l'offre

مما لا شك فيه أن الضرائب تعتبر من أهم مصادر الإيراد العام في دولة

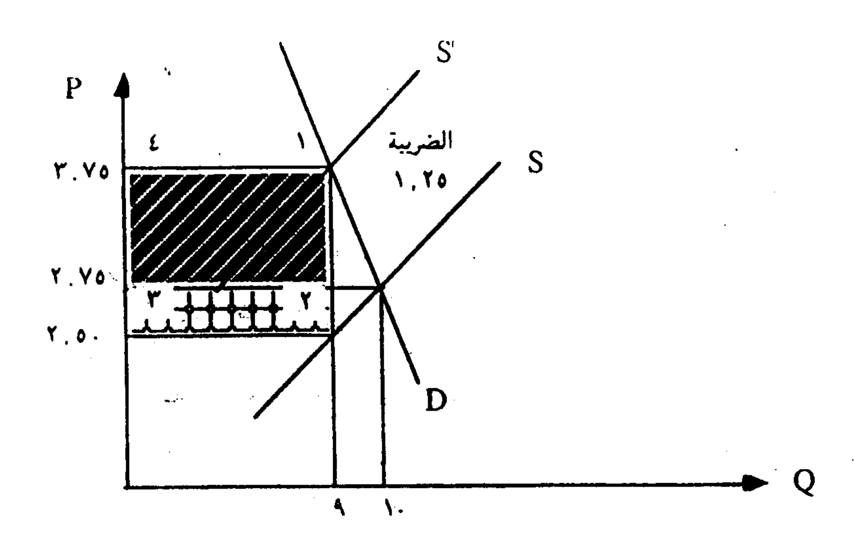
من الدول . وفي مصر تمثل ضريبة المبيعات نسبة هامة من الحصيلة الضريبية ، إلا أن هذا النوع من الضرائب غير المباشرة ، يجعلنا نتساءل **من هو الذي يدفع هذه الضريبة ، المستهلك أم المنتج؟** والمقصود بدفع الضريبة هنا هو من يتحمل عبئها النهائي . بمعني هل يدفعها الموزع أولا ثم يرحل هذا العبء إلي المستهلك النهائي بأن يرفع سعر السلعه المباعة بقيمة الضريبة ، مثلما هو الحال الآن في حالة شراء أي سلعة نجد أن فاتورة البيع تتضمن سعر البيع+ضريبة المبيعات .

إن الإجابة علي هذا السؤال تتحدد طبقا لدرجة مرونة العرض ودرجة مرونة الطلب علي السلعة .

ج-١- ضريبة المبيعات ومرونة العرض:

يصور **الشكل التالي** كلا من منحني العرض والطلب علي سلعة السجائر ، قبل **فرض ضريبة المبيعات** ، وهنا نجد أن سعر التوازن بالنسبة لعلبة المارلبورو هو **٢.٧٥ جنية** وأن كمية التوازن لهذا النوع من السجائر هو ١٠مليون علبه يوميا . ولو افترضنا أن ضريبة المبيعات علي علبة السجائر تقدر بـ **١.٢٥ جنية فإن معني** ذلك زيادة ما يدفعه منتج السجائر للدولة بمقدار ١.٢٥ جنية عن كل علبة مباعة . وهنا نجد أنه عند كل مستوي من مستويات الأسعار سوف يقل المعروض من علب السجائر . وبمعني أخر ،

نجد ان فرض الضريبة ، يجبر المنتجون علي دفع ٢٥ . ١عن كل علبة سجائر من الكمية المعروضة ، وهنا يمكن أن تضاف قيمة الضرائب الي سعر العرض عند كل كمية ، وهنا فإن هذه الضريبة سوف تؤدي الي انتقال منحني العرض من S الي 'S ، ففي الفترة القصيرة نجد أن فرض ضريبة المبيعات سوف يؤدي إلي تخفيض الكمية المعروضة من السجائر . أما منحني الطلب فيظل كما هو حيث لم يحدث أي شئ يؤثر عليه ، ولكن الذي سوف يتغير هو الكمية المطلوبة فقط. أي أن الوضع الجديد سيتحدد من خلال الانتقال من نقطة الي اخري علي منحني الطلب .

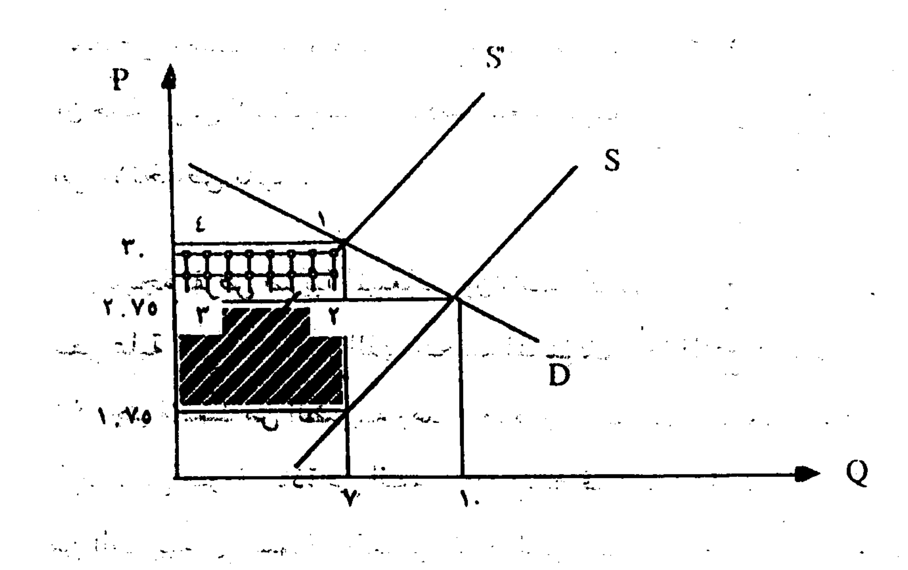


وإذا نظرنا الي الشكل السابق : لوجدنا أن المنتجين كوحدة واحدة سوف يدفعون الضرائب للدولة ، ومن ثم فإن هذه الضريبة قد تمثلت بالنسبة لهم في رفع السعر الي ٤جنيهات للعلبة ، مما ترتب عليه تخفيض كمية التوازن الي ٩مليون علبه يوميا بدلا من ١٠مليون علبه . ومن ثم فإن المساحة المظللة والتي تتمثل في المستطيل 4،3،2،1 تمثل لنا الضرائب المدفوعة (وهي ١,٢٥ × ٩,٠٠٠,٠٠٠علبة) ولكننا يجب أن نتأكد أن السعر لم يزد بمقدار المبلغ الكلي لضريبة المبيعات علي العلبة الواحدة وهو ١,٢٥ للعلبة) وذلك علي الرغم من أن المنتجين علي استعداد لعرض ١٠مليون علبة يوميا بسعر ٤جنيهات للعلبة ، إلا ان المستهلكين غير قادرين علي الشراء بهذا السعر وبذلك فإن ارتفاع السعر بسبب فرض الضريبة سوف يؤدي الي انخفاض الكمية المطلوبة بحوالي ١مليون علبة (١٠-٩=١) وبوجه اخر نجد أن حالة عرض الطلب يسبب زيادة الأسعار سوف تتزايد بدرجة تدفع الأسعار الي الانخفاض ثانيا .

ونتيجة لفرض ضريبة المبيعات فإن المستهلك سوف يدفع ١جنية زيادة في سعر علبة [illegible] الذي يتحمله المستهلك) أما المنتج فإنه سوف يدفع ٢٥, جنية فقط من الضريبة وهذا معناه ان المستهلك سيتحمل هذا الجنية الزيادة في صورة زيادة في السعر ، أما المنتج فإنه سوف يتحمل الـ٢٥, جنية من الضريبة في صورة انخفاض المبلغ الذي سيتسلمه في مقابل بيع علبة

السجائر وهنا نجد أن خط السعر الأصلي هو ٢.٧٥جنية للعلبة يقسم المساحة المظللة الي جزئين ، يمثلان الجزء من اجمالي الضرائب المدفوع من جانب المستهلك وذلك من خلال السعر المرتفع (والتي تتمثل بالمنحني المظلل 4,3.2.1 أما ذلك الجزء من الضريبة والمدفوع من جانب المنتج يتمثل بانخفاض متحصلاته الناتجة من انخفاض صافي الثمن(والمتمثل بالجزء المربعات).

ونفس الموقف يمكن تصويره بالشكل التالي ولكن مع افتراض ان درجة مرونة الطلب أكبر وهنا نجد أن مرونة منحني الطلب في الشكل التالي أكبر من مرونة الطلب في الشكل السابق.

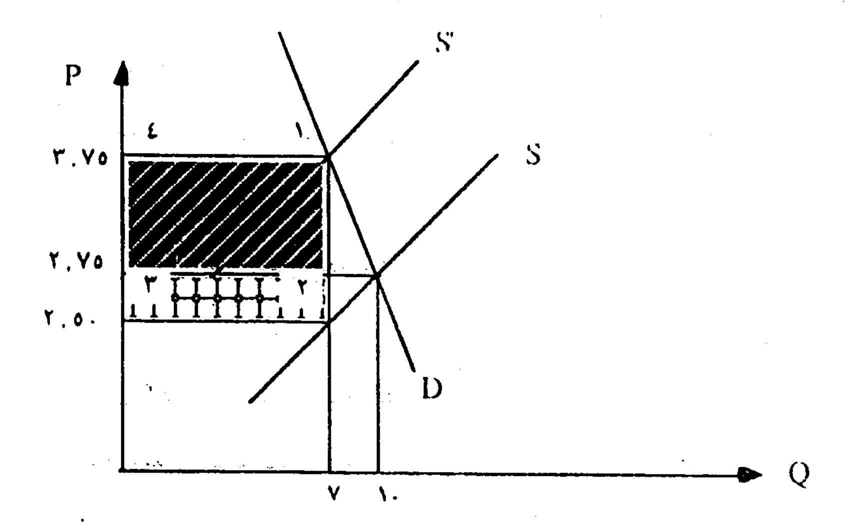


من الشكل السابق نجد أن الكمية المطلوبة من السجائر اكثر استجابة للتغيرات في سعر العلبة من السجائر، ومن ثم فإن المنتجين لا يستطيعون ترحيل عبء الضريبة الي المستهلكين بنفس القدر الذي تم في الحالة السابقة، حيث أن رفع السعر بمقدار ٢٥. ١ للعلبة سوف يؤدي الي تخفيض الكمية المطلوبة من ١٠مليون علبة يوميا الي ٧مليون علبة يوميا ، ولذلك فإن المستطيل المربعات هو الذي يمثل الضرائب المدفوعة من جانب المستهلكين في صورة زيادة السعر أي أن المستهلك هنا سيتحمل ٢٥. من الضريبة المفروضة علي العلبة الواردة وذلك في صورة ارتفاع سعر العلبة من ٢٧٥ : ٣٠٠)، أما المستطيل المظلل فهو يمثل لنا الضريبة التي يدفعها المنتج علي كل علبة (بمقدار جنية وهو يعطي نفس الأثر الذي ينتج عن انخفاض الاسعار بمقدار جنية للعلبة).

ومن المثال السابق يمكننا القول بانه مع افتراض بقاء الاشياء الاخري علي حالها - فإن زيادة درجة مرونة الطلب تقلل من قدرة المنتج علي ترحيل او نقل عبء الضريبة للمستهلك ، ومن هنا يتحمل المنتج الجزء الاكبر من هذا العبء ، في حين ان انخفاض درجة مرونة الطلب تزيد من قدرة المنتج من ترحيل جزء كبير من العبء الضريبي في صورة اضافية الي سعر السلعة النهائية ، ومن ثم يقل الجزء الذي يتحمله المنتج من الضريبة المفروضة ويزيد ما يتحمله المستهلك من هذه الضريبة .

ج-٢- مرونة العرض وضريبة المبيعات :

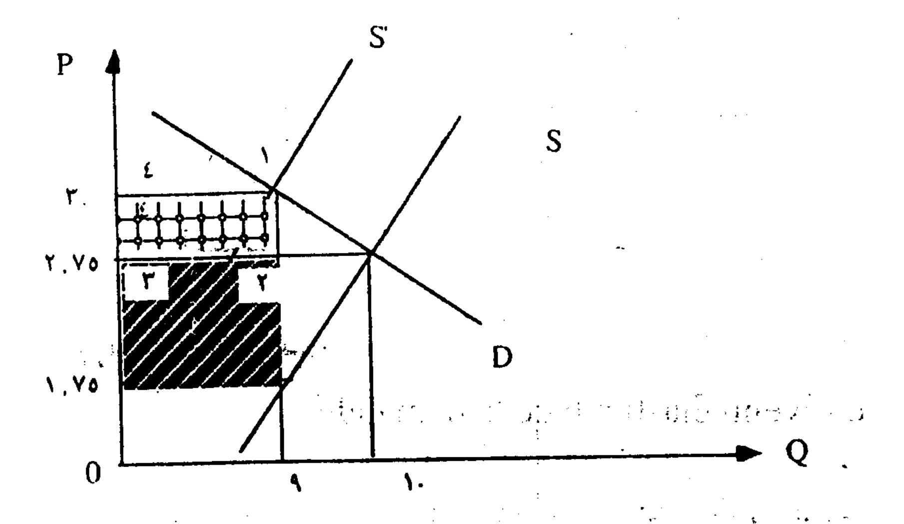
إن اثر مرونة العرض علي الكيفية التي ينتقل بها العبء الضريبي سوف نوضحه من خلال الشكل التالي :



من الشكل السابق نجد أن زيادة درجة مرونة منحني العرض قد أدت الي انتقاله من S الي S' وهذا معناه انخفاض الكمية المعروضة وبذلك سوف يتحمل المستهلك مبلغ ١ جنية عن كل علبة سجائر وهو ما يتمثل في المستطيل المظلل ، أما المنتج فهو الذي يتحمل العبء الاصغر أي ,٢٥ جنية فقط في العلبة لأنه استطاع تخفيض الكمية المعروضة من ١٠ مليون علبة الي ٧ مليون علبة فقط ومن ثم ارتفع سعر التوازن من ٢,٧٥ للعلبة الي ٣,٧٥ للعلبة ، ومن ثم كلما استطاع المنتج ترحيل عبء

الضريبة للمستهلك كلما كان عرض السلعة مرنا، وذلك مع افتراض بقاء الاشياء الاخري علي حالها ، ومن ثم كلما كان العرض مرن كلما زادت قدرة المنتج علي نقل العبء الضريبي للمستهلك في صورة زيادة الاسعار.

اما الشكل التالي فسوف يوضح لنا حالة العرض غير المرن .



وهنا نجد أن ضعف مرونة العرض أدي إلي صعوبة نقل العبء الضريبي للمستهلك في صورة رفع الاسعار بحيث اصبح المنتج يتحمل ماقيمته ١جنية عن كل علبة وهو ما يتمثل في المستطيل المظلل، وذلك في صورة انخفاض الاسعار بهذا القدر في حين ان المستهلك سوف لا يتحمل غير ٢٥, جنية فقط عن كل علبة في صورة ارتفاع الاسعار بهذا القدر وهو ما يعبر عنه المستطيل المربعات ومن ثم **كلما انخفضت مرونة العرض كلما ادي**

ذلك الي صعوبة نقل العبء الضريبي[1] للمستهلك .

٣- المقاييس الاخري للمرونة :

من الطبيعي ان يستخدم التحليل الاقتصادي مرونة الطلب السعرية ومرونة العرض السعرية، إلا أن هناك ايضا مرونات اخري تستطيع ان تمدنا بالمعلومات الهامة . فاذا كانت مرونة الطلب السعرية تقيس لنا مدي استجابة الكمية المطلوبة من سلعة معينة للتغير في اسعارها فقط، بل ايضا توضح لنا مدي اهتمامنا بكيفية استجابة الطلب للمتغيرات الاخري، مثل التغير في دخل المستهلك او التغير في اسعار السلع المكملة .

أ- مرونة الطلب الدخلية:

le révenu élasticité de la demande

تعكس لنا هذه النوعية من المرونة درجة استجابة الطلب للتغيرات في دخل المستهلك . وهنا يمكننا التساؤل:

ماذا يحدث للطلب علي السيارات الجديدة أو علي اجهزة التكييف إذا زاد دخل المستهلك الفرد بنسبة ٨٠٪ ؟

والإجابة علي هذا السؤال تعتبر ذات اهمية كبيرة لمنتجي هذه السلع

(١) والعبء الضريبي هو تحديد من يستقر عليه نهائيا قيمة الضريبة أي من سيتحمل فعلا دفع الضريبة سواء في صورة مباشرة أو غير مباشرة مثل رفع الأسعار.

المعمرة ، حيث من خلالها يحددون خطط انتاجهم المستقبلية .

ومن ثم فإن **مرونة الطلب الدخلية تقيس لنا الكيفية التي يتغير بها الطلب كنتيجة للتغير في الدخل الفردي** ، مع افتراض بقاء الاسعار ثابتة - ففي الوقت الذي يعكس فيه مرونة الطلب السعرية، في الكميات المطلوبة التغيرات علي طول منحني الطلب، نجد ان مرونة الطلب الدخلية تقيس لنا نسبة التغير في الكمية المطلوبة مقسوما علي نسبة التغير في الدخل .

$$\frac{\text{نسبة التغير في الكمية المطلوبة من سلعة ما}}{\text{نسبة التغير في الدخل}}$$

ومن هنا يمكن القول ان زيادة الدخل الفردي سوف يؤدي الي زيادة الكمية المطلوبة من السلع عند كل مستوي من مستويات الدخل إلا أن هذا الاتجاه ليس عاما وبالنسبة لجميع السلع حيث يمكننا تحديد المرونة الدخلية للطلب بثلاث حالات :

١- الحالة الاولي: السلع التي ينخفض الطلب عليها نتيجة لزيادة الدخل الفردي عن حد معين، وفي مثالنا السابق، فقد زاد الدخل بمقدار ٨٠٪ وهذه زيادة كبيرة ، وهذه السلع التي ينخفض الطلب عليها بزيادة الدخل، يطلق عليها اقتصاديا اصطلاح **السلع الرديئة** ، وهذه السلع يقل الطلب عليها كلما ارتفع مستوي معيشة الافراد حيث يسعي الأفراد لاحلالها

بغيرها من السلع الأفضل والأجود (حالة اللحوم المجمدة - الألبان المجففة -الزبد الصناعي - البترول) (وهنا نجد أن قيمة مرونة الطلب الدخلية بالنسبة لهذه النوعية من السلع تكون سالبة .

أما الطلب علي بقية السلع فإنه سوف يزداد بزيادة الدخل . وهذه النوعية الثانية من السلع يطلق عليها اصطلاح **السلع العادية** --les biens nor males كما أن قيمة مرونة الطلب الدخلية بالنسبة لها تكون اكبر من صفر

$$EYD > 0$$

وفي بعض الأحيان نجد أن الطلب علي السلع يزيد بزيادة الدخل ولكن نسبة الزيادة في الطلب تكون أقل من نسبة الزيادة في الدخل ، وهنا نجد أن مرونة الطلب الدخلية في هذه الحالات وإن كانت أكبر من الصفر إلا أنها أقل من الواحد .

فعلي سبيل المثال نجد أن زيادة الدخول الفردية تدفع المستهلكين إلي زيادة انفاقهم أو طلبهم علي السلع الغذائية ، ولكن بمعدل أقل من معدل الزيادة في الدخل ، ونتيجة لذلك تبدأ الشريحة من الدخل المخصصة للانفاق الغذائي في الانخفاض التدريجي كلما زاد الدخل حيث ان السلع العادية والتي تكون قيمة مرونة الطلب الدخلية الخاصة بها أقل من واحد ، تمثل السلع الضرورية للمستهلك . أما السلع التي تكون قيمة مرونة الطلب

الدخلية الخاصة بها أكبر من واحد فنطلق عليها اقتصاديا **السلع الكمالية** (حالة التليفون المحمول - المجوهرات - الشاليهات - التحف).

والجدول التالي يوضح مرونة الطلب الدخلية بالنسبة لمختلف السلع والخدمات .

السلعة او الخدمة	قيمة مرونة الطلب الدخلية
التعليم الخاص	٢.٤٦
السيارات	٢.٤٥
شاليهات المصايف	١.٤٩
الموبليا والأثاث المنزلي	١.٤٨
الوجبات الجاهزة	١.٤٠
الاحذية	١.١٠
الملابس	١.٠٢
الخدمات الطبية	٠.٧٥
الغذاء	٠.٥١
السجائر	٠.٤٨
البن والشاي	٠.٢٩
الإسكان	٠.٢٩

وبذلك نجد أن الطلب علي السلع الغذائية والخدمات الطبية والخدمات المكتبية طلب غير مرن في حين أن الطلب علي التعليم الخاص والسيارات

طلب درجة مرونته أكبر من الواحد، وأيضا الطلب على الموبيلسا وخدمات المصايف .

ب- مرونة التقاطع:

يمكن تعـريف هذا النوع من المرونات **بأنه مدي استجابة الطلب علي سلعة معينة للتغيرات في اسعار سلعة اخري** . ويمكن التعبير عن مرونة التقاطع بأنها نسبة التغير في الكمية المطلوبة من سلعة معينة مقسوما علي نسبة التغير في سعر سلعة أخري.

ومن ثم فهي تمثل قيمة رقمية ، موجبة أو سالبة أو صفرية ، حيث تعتمد علي ما اذا كانت السلعتان محل البحث بدائل أو متكاملة أو غير متصلة.

وبالنسبة **للسلع البديلة** ، فإن زيادة سعر إحداها سوف يؤدي الي زيادة الطلب علي السلعة البديلة الاخري وهنا نجد أن قيمة مرونة التقاطع موجبة وأن السلع محل البحث بدائل . فعلي سبيل المثال ، إذا ارتفع سعر الكوكاكولا ، مع بقاء الأشياء الاخري ثابتة فإن هذا سيؤدي الي زيادة الطلب علي البيبسي ، لأن كل من الكاوكاكولا والبيبسي من البدائل الكاملة لبعضهما .

أما فيما يتعلق **بالسلع المكملة** ، فإن زيادة سعر إحداها ، قد يؤدي الي

انخفاض الطلب علي السلعة الاخري، وهنا نجد أن قيمة مرونة التقاطع السعرية للطلب قيمة سالبة لأن السلعتين مكملتان لبعضهما . فعلي سبيل المثال إذا ارتفعت اسعار مسحوق غسالات الأطباق بشكل كبير فإن هذا سوف يؤدي الي انخفاض الطلب علي هذه الغسالات .

واخيرا فإذا ادي التغير في الطلب علي سلعة معينة نفس الاشارة الخاصة بالطلب علي السلعة الاخري فإن مرونة التقاطع السعرية للطلب تكون صفر ، لأن مرونة التقاطع السعرية للبدائل تكون قيمة موجبة أما بالنسبة للمكملات تكون قيمة سالبة .

١- تقيس المرونة درجة الرغبة والقدرة الخاصة بكل من المنتجين والمستهلكين علي تغيير سلوكهم نتيجة التغيرات في الظروف الاقتصادية (اسعار -دخول).

٢- تشير كل من مرونة الطلب السعرية ومرونة العرض السعرية إلي مدي حساسية المشترين والبائعين للتغير في الأسعار، وكلما كانت درجة الحساسية والاستجابة كبيرة كلما كانت قيمة درجة المرونة كبيرة. والعكس كلما قلت درجة الاستجابة كلما قلت قيمة ودرجة المرونة السعرية للطلب والعرض .

٣- أن مرونة الطلب السعرية =

$$\frac{\text{النسبة المئوية للتغيرات في الكمية المطلوبة من سلعة ما}}{\text{النسبة المئوية للتغيرات في أسعار هذه السلعة}}$$

فإذا كانت

قيمة المرونة ١ ------ فإن الطلب يكون غير مرن

قيمة المرونة ١٠ ------- فإن الطلب يكون مرن

قيمة المرونة =١----- فإن مرونة الطلب =الوحدة

٤- في حالة الطلب غير المرن، فإن ارتفاع الاسعار سوف يؤدي الي زيادة الايراد الكلي ، أما انخفاض الأسعار فسوف يؤدي الي انخفاض الايراد الكلي للمشروع .

والعكس تماما في حالة مرونة الطلب فإن ارتفاع الاسعار سوف تؤدي الي انخفاض الايراد الكلي ، وانخفاض الاسعار سوف تؤدي الي زيادة الايراد الكلي ، اما لو كانت مرونة الطلب تساوي الوحدة فإن التغير في الاسعار سوف لا يؤثر علي مستوي الايراد الكلي .

٥- إن اسلوب النقطة الوسطي يقوم علي اساس استخدام متوسط الاسعار ومتوسط الكميات كأساس لمعرفة قيمة النسبة المئوية للتغير في الأسعار والتغير في الكميات ، كما أن حساب المرونة الخاصة بهذه النقطة يؤكد ان حساب المرونة بين نقطتين علي منحني الطلب سوف يكون متمثلا تماما مهما ارتفعت الاسعار او انخفضت .

٦- غالبا ما يعكس منحني الطلب مختلف درجات المرونة طبقا لمستويات الاسعار المختلفة وعلي سبيل المثال فعلي طول منحني الطلب الخطي او الذي يأخذ شكل الخط المستقيم ، نجد أن مرونة

الطلب تنخفض بسرعة كبيرة كلما انخفضت الاسعار، في حين أن درجة المرونة تظل بنفس القيم على طول منحني الطلب ذات المرونة الثابتة (اي الثابت المرونة)

٧- ويوجد العديد من العوامل المؤثرة في مرونة الطلب حيث تزداد درجة مرونة الطلب كلما :

أ- زادت عدد البدائل الكاملة او النسبة الكاملة للسلعة المطلوبة .

ب- كلما كانت السلعة محدودة وسهلة التعريف .

ج- زيادة النسبة المخصصة من دخل المستهلك لشراء هذه السلعة .

د- طول الفترة الزمنية التي تتغير الاسعار خلالها .

هـ- كون السلعة كمالية وليست ضرورية.

٨- أما بالنسبة لمرونة العرض السعرية فيتم قياسها بنفس طرق قياس مرونة الطلب السعرية مع استبدال الكمية المطلوبة بالكمية المعروضة فقط . أما بالنسبة لمحددات مرونة الطلب السعرية ، فمن اهمها تكلفة الانتاج ، بحيث كلما زادت هذه التكلفة نتيجة لزيادة الانتاج كلما كان العرض غير مرن والعكس . كما ان طول الفترة الزمنية التي

تتغير خلالها اسعار السلعة المعروضة يعتبر ايضا من المحددات الهامة لتحديد درجة مرونة العرض السعرية، فمثلا كلما كانت هذه الفترة طويلة كلما زادت درجة مرونة العرض السعرية والعكس الصحيح .

٩- إن مرونة الطلب الدخلية تقيس لنا مدي استجابة الكميات المطلوبة من احدي السلع او من مجموعة من السلع طبقا للتغيرات في دخل المستهلك وتكون قيمة مرونة الطلب الدخلية ذات قيمة موجبة بالنسبة للسلع العادية وسالبة بالنسبة للسلع الدنيا او الرديئة .

١٠- أما بالنسبة لمرونة الطلب السعرية الخاصة بالتقاطع ، اي مرونة التقاطع ، فهي تقيس لنا مدي استجابة الطلب علي سلعة معينة للتغيرات في سعر سلعة اخري سواء كانت هذه السلعة الاخري بديلة او مكملة او غير متصلة اساسا بالسلعة الاولي . وهذا ما يعكس لنا قيمة مرونة التقاطع سواء كانت موجبة او سالبة او صفرية .

الفصل السابع

نظرية الانتاج والتكاليف

La théorie de la production et les coûts

مقدمة

تسند هذه النظرية علي اهمية العلاقه الكمية بين حجم الانتاج المتحقق وبين كمية خدمات وعوامل الانتاج المستخدمة لتحقيق هذا الانتاج وهذا ما يوضح لنا مغزي دالة الانتاج حيث يتوقف يرتبط حجم ومستوي الانتاج السلعي او الخدمي في أي مجتمع علي تكلفة خدمات عوامل الانتاج، أي علي تكلفة المدخلات Inputs.

وهذه التكلفة تشتمل علي :

- تكلفة الاراضي والمواد الأولية ومواد الطاقة والمعادن والخامات .
- تكلفة عنصر العمل في صورة اجور ومرتبات وحوافز ومكافآت وارباح لفئة المنظمين .
- تكلفة رأس المال اي تكلفة الاقتراض اي اسعار الفائدة المصرفية واسعار الفائدة في سوق رأس المال فائدة السندات

ولذلك فإن ارتفاع التكاليف قد يكون احد المشاكل التي تواجه الانتاج وفي نفس الوقت فإن زيادة الانتاج قد تؤدي الي الاستفادة من وفورات الانتاج الكبير وانخفاض نصيب الوحدة الواحدة من التكلفة الثابتة وبالتالي تعظيم ارباح المشروع .

وجدير بالذكر ان العلاقة بين التكلفة والانتاج تعتبر علاقة دالية ولذلك سوف تبدأ بتحليل دوال الانتاج

ا - دالة الانتاج في الاجل القصير:

La fonction de la production de courte période

وفي خلال هذه الفترة لا يستطيع المنتج تغيير حجم انتاجه بدرجة كبيرة وذلك لعدم قدرته علي تغيير المستخدم من جميع عوامل الانتاج باستثناء العمل حيث ان معظم هذه الخدمات يظل ثابت (رأس المال - الاراضي)اما المتغير فهو العمل في خلال الفترة القصيرة ولذلك يسود قانون تناقص الغلة

ففي الاجل القصير تستند دالة الانتاج علي سهولة احلال عنصر العمل محل عنصر رأس المال ، حيث يفترض ان رأس المال ثابت خلال الاجل القصير[(١)] ومن ثم يصبح العمل هو العنصر او العامل المتغير .

وبذلك نجد أن دالة الانتاج في الاجل القصير يمكن التعبير عنها بالمعادلة

(١) المقصود برأس المال هنا رأس المال الفني اي الآلات والتجهيزات والمعدات وايضا الفن التكنولوجي السائد .

التالية :

$$Q = f(K', L)$$

بمعني ان كمية المخرجات اي الانتاج دالة للعمل ومستوي رأس المال الثابت .

حيث أن :

حجم الانتاج $Q =$

رأس المال ككم ثابت $K' =$

العمل $L =$

دالة $f =$

ومن ثم نجد أن ميل دالة الانتاج بالنسبة للعمل يوضح لنا الانتاجية الحدية لعنصر العمل .

$$dQ / dL = df (K', L) / dL$$

حيث أن :

التغير في الانتاج $dQ =$

التغير في عدد ساعات العمل $dL =$

بالمثل فأنه يمكنا حساب متوسط انتاجية اي عامل من عوامل الانتاج وذلك بقسمة كمية الانتاج علي كمية المستخدمة من احد عوامل الانتاج .

فعلي سبيل المثال يمكن حساب متوسط انتاجية العمل بقسمة $\frac{Q}{L}$

ولما كان $\frac{Q}{L} = \frac{f(K', L)}{L}$

وان متوسط انتاجيه رأس المال = $\frac{Q}{K}$

حيث أن : $\frac{Q}{K} = \frac{f(K, L)}{K}$

ومن هذه المعادلات نستطيع حساب المعاملات الفنية للانتاج

Les coefficients téchniques de production

وذلك بحساب معكوس متوسط الانتاج ، اي النسبة بين الكمية المستخدمة من احد عوامل الانتاج وكمية المنتج النهائي

بمعني ان معامل رأس المال = $\frac{K}{Q}$

كمية رأس المال المستخدم = K

كمية الانتاج المتحقق عن استخدام رأس المال = Q

معامل العمل = $\frac{L}{Q}$

عدد ساعات العمل المبذولة في انتاج السلعة = L

الكمية المنتجة من هذه السلعة = Q

٢- دالة الإنتاج في الفترة الطويلة:

La fonction de production de lonque période:

يمكن للمشروع في خلال الفترة الطويلة زيادة حجم انتاجه من خلال تغير كمية خدمات كل عوامل الانتاج المستخدمة في انتاج السلعة اي جميع مفردات المدخلات وذلك الزيادة المخرجات.

وذلك في خلال الفترة الطويلة يصبح كل شئ قابل للتغير ، لتغيير الظروف المؤثرة علي المدخلات (عوامل الانتاج) والمخرجات (الناتج النهائي.

ولذلك يصبح كل من رأس المال والعمل، عوامل متغيرة وبذلك تصبح دالة الانتاج :

$$Q = f(K,L)$$

ومن ثم فإن الانتاجية الحدية لرأس المال ، اي انتاجية الوحدة الاضافية لرأس المال تصبح .

$$\frac{dQ}{dK}$$

حيث انها تمثل المشتقة الاولي لدالة الانتاج بالنسبة لرأس المال .

حيث أن :

$$\frac{dQ}{dK} = \frac{df(K, L)}{dK}$$

أما المشتقة الأولي بالنسبة للعمل فأنها تتمثل في الانتاجية الحدية لعنصر العمل

$$\frac{dQ}{dL} = \frac{df(K, L)}{dL}$$

وعندما يتغير كل من رأس المال والعمل معا فإن التغير الكلي في الانتاج يصبح .

$$dQ = \frac{df}{dK} . dK + \frac{df}{dL} . dL$$

وبذلك نجد أن تغير في حجم مستوي المدخلات لابد أن ينتج عنه تغيير في حجم المخرجات ، بمعني ان اي تغير في مستوي وكمية خدمات عوامل الانتاج المستخدمة يؤدي بالضرورة الي تغير في حجم الانتاج الكلي .

٣- مفهوم الانتاج الكلي: Le produit total

ويمكن تعريف الانتاج الكلي بأنه يمثل الكمية المنتجة من السلع والخدمات من خلال استخدام خدمات عوامل الانتاج المتاحة في خلال فترة

زمنية محددة ويمكن التعبير عن ذلك رياضيا بما يسمي بدالة الانتاج la fonction de production

واذا افترضنا ان حجم الانتاج هو Q

فإن :

وذلك في خلال الفترة القصيرة $Q=F(K',L)$

في خلال الفترة الطويلة $Q=F(K,L)$

حيث أن :

رأس المال (كعنصر ثابت) =K'

رأس المال (كعنصر متغير)=K

ومن ثم نجد أن انتاجية خدمات عوامل الانتاج تستطيع أن تؤثر تأثيرا واضحا علي حجم الانتاج المتحقق من استخدام هذه العوامل وهذا يقودنا الي التعرض لانتاجية خدمات عوامل الانتاج.

أ- الانتاجية المتوسط لخدمات عوامل الانتاج : Le produit moyen

يمكن تعريف متوسط انتاجية احد عوامل الانتاج بأنها تمثل انتاج الوحدة الواحدة من خدمات عوامل الانتاج .

وبالاستناد علي دالة الانتاج نجد أن :

متوسط انتاجية عنصر العمل في الفترة القصيرة=

$$\frac{Q}{L} = \frac{\text{حجم الانتاج}}{\text{عدد ساعات العمل}}$$

$$\frac{Q}{L} = \frac{f(K',L)}{L}$$

متوسط انتاجية رأس المال في الفترة القصيرة =

$$\frac{Q}{K} = \frac{\text{حجم الانتاج}}{\text{رأس المال}}$$

$$QK = \frac{f(K',L)}{K}$$

متوسط انتاجية العمل في الفترة الطويلة =

$$\frac{Q}{L} = \frac{\text{حجم الانتاج}}{\text{عدد ساعات العمل}}$$

$$QL = \frac{f(K',L)}{L}$$

متوسط انتاجية رأس المال في الفترة الطويلة=

$$\frac{Q}{K} = \frac{\text{حجم الانتاج}}{\text{رأس المال}}$$

$$\frac{Q}{K} = \frac{f(K',L)}{K}$$

ب- الانتاجية الحدية لخدمات عوامل الانتاج Le produit marginal

أما الانتاجية الحدية لأحد خدمات عناصر الانتاج يمكن تعريفها علي أنها **التغير في الانتاج الكلي نتيجة زيادة خدمات عناصر الانتاج بوحدة واحدة ، اي بوحدة اضافية** ، وبالاستناد علي دالة الانتاج نجد أن :

الانتاجية الحدية لعنصر العمل في الفترة القصيرة =dQ

dQ=(df(K',L)/dL)dL

الانتاجية الحدية لخدمة العمل في الفترة الطويلة

dQ = df(K,L) / d L)dL

الانتاجية الحدية لرأس المال في الفترة الطويلة

dQ = df (K,L) / dK)/dK

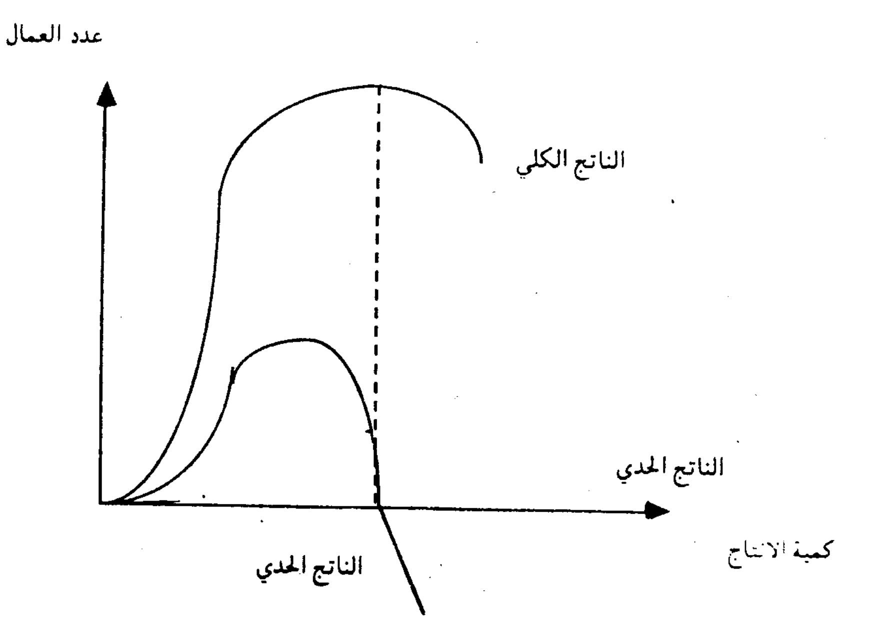
٤ - الاشكال المختلفة لمنحنيات الانتاج:

Les formes des courhes du produit

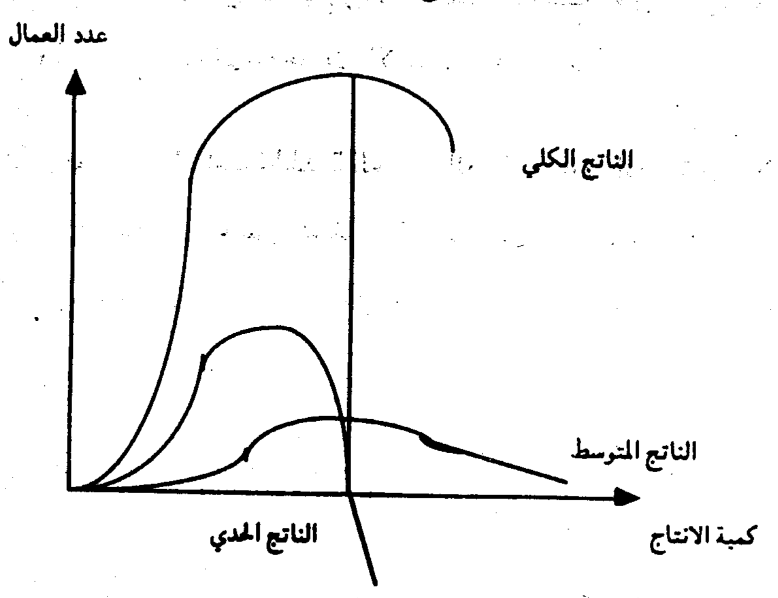
مما لا شك فيه أن منحني الانتاج الكلي يستند اساسا علي ثبات عنصر رأس المال في خلال الفترة القصيرة ولذلك فإن اي تغير في هذا المنحني يعكس لنا تغير في عنصر العمل المستخدم ، وخصوصا انه في خلال الفترة القصيرة يكون عنصر العمل هو العامل المتغير الوحيد، ولذلك يستطيع هذا العامل ان يؤثر تماما في مستوي الانتاج ثم نقل فاعليه تأثيره بالتدريج .

ومن ثم فإن منحني الانتاج الكلي سوف يترجم زيادة كمية بمجرد زيادة عنصر العمل ، ولكن بنسبة اكبر من نسبة زيادة العمل ، ثم تأخذ الزيادة في الانتاج في التناقص اي تصبح زيادة الانتاج بنسبة أقل من زيادة عدد العمال وقد يرجع ذلك الي انخفاض الانتاجية الحدية لعنصر العمل .

ويمكن تعريف الانتاجية الحدية لعنصر العمل ، بأنها الزيادة في الانتاج الناتجة عن الزيادة في عنصر العمل ، وتتسم هذه الانتاجية بانها ذات ميل متزايد في البداية ثم تأخذ في الانخفاض بعد ذلك والشكل الاتي يوضح ذلك.



وإذا كـان الشكل السـابق يوضح لنا منحني الانتـاج الكلي ثم منحني الانتاجية الحدية لعنصر العمل فأنه يمكننا اشتقاق او رسم منحني الانتاجية المتوسطة لعنصر العمل كما يوضح الشكل التالي :



من الرسم السابق نجد أن :

- كلما كانت الانتاجية الحدية Le produit marginal لعنصر العمل ذات ميل متزايد كلما انعكس ذلك علي زيادة الانتاجية المتوسطة Le produit moycn لعنصر العمل والتي تتزايد ولكن بمعدل اقل من تزايد الانتاجية الحدية .

ثم تصل الانتاجية الحدية لعنصر العمل الي حدها الأقصي ثم تبدأ في الانخفاض .

وعلي الرغم من انخفاض الانتاجية الحدية لعنصر العمل ، **فان الانتاجية المتوسطة تاخذ في التزايد حتي وصول انخفاض الانتاجية الحدية الي مستوي الانتاجية المتوسطة وهذا يعكس تقاطع منحني الانتاجية الحدية مع منحني الانتاجية المتوسطة. حيث تعكس لنا نقطة التقاطع اقصي انتاجية متوسطة لعنصر العمل**

وبعد هذه النقطة تأخذ الانتاجية المتوسطة لعنصر العمل في الانخفاض علي من الانتاجية الحدية .

٥- المراحل المختلفة للإنتاج في اطار قانون تناقص الإيرادات الحدية

Les différents phases de la production et la loi des rendements marginaux décroissants :

ان الهدف الاساسي من تحديد مراحل الانتاج هو معرفة المحددات الاساسية التي تؤثر في منحني عرض الانتاج وخصوصا ان هذا المنحني يعكس لنا العلاقة بين الاسعار والكميات المعروضة من سلعة معينة وتتحدد هذه العلاقة من خلال العلاقة بين التكاليف والكميات المعروضة .

ا- مراحل الانتاج في الاجل القصير

Les phases de production en courte période

يمكن القول أن التغير في الانتاج الكلي يمر خلال مراحل اساسية وذلك طبقا لقانون تناقص الغلة في الاجل القصير وفي اطار تطور الانتاجية الحدية لعنصر العمل .

المرحلة الأولي مرحلة تزايد الغلة

وفيها يتزايد الناتج الكلي بمعدل متزايد وذلك كلما زاد استخدام خدمات عنصر العمل بوحدة اضافية ، وهذا يؤدي الي زيادة الناتج المتوسط ولكن

بمعدل أقل من تزايد الناتج الحدي

المرحلة الثانية تناقص الغلة

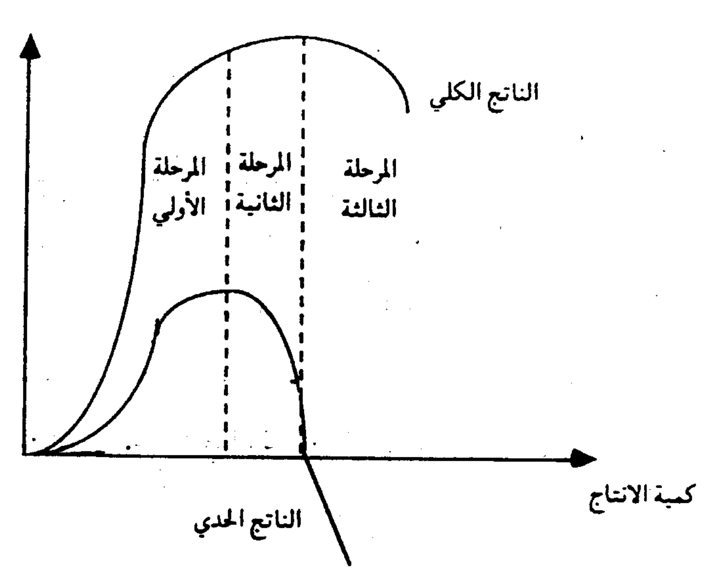
ويستمر الناتج في هذه المرحلة الناتج في الزيادة بمعدل متزايد ايضا وتستمر هذه الزيادة حتي يصل الناتج الحدي أقصي حد ممكن . ومع ذلك يستمر الناتج الكلي في الزيادة بتزايد الكمية المستخدمة من خدمة العمل ، ولكن بمعدل متناقص ، وهذا بعكس لنا تناقص الانتاجية الحدية لعنصر العمل او مع استمرار زيادة الناتج الكلي بالمعدل المتناقص حتي يصل الناتج الحدي للصفر.

المرحلة الثالثة مرحلة الغلة السالبة

يبدأ الناتج الكلي في التناقص فى الوقت الذي يصبح فيه الانتاج الحدي سالب .

الشكل التالي يوضح هذه الظاهرة .

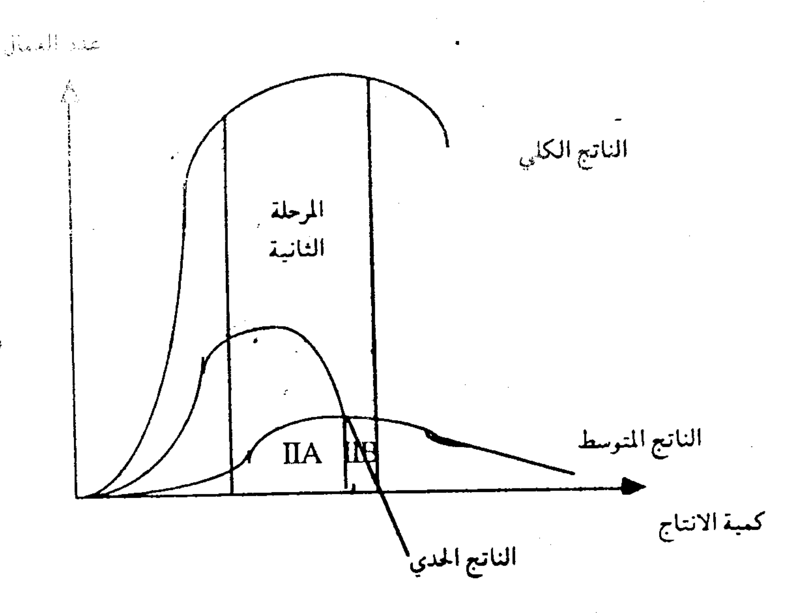




ب- مرحلة الانتاج الرشيد:

La phase de production rationnelle

وإذا نظرنا الي الثلاث مراحل السابقة لوجدنا ان المرحلة الثانية هي مرحلة الانتاج الرشيد اي المرحلة التي يستطيع فيه المنتج ان يحقق التوازن اي ان يصل الي المستوي التوازني للانتاج . وعلي الرغم من ان هذه المرحلة تتسم بانخفاض الانتاجية الحدية لعنصر العمل فأنها تنقسم الي منطقتين اساسيتين ، كما هو واضح في الشكل التالي :



ومن الرسم السابق يتضح لنا :

- ان المنطقة الأولي من المرحلة الثانية - وهي المنطقة IIA تتميز بالوفرة النسبية في عنصر رأس المال ، ولذلك فإن الأنتاجية المتوسطة لعنصر العمل تستمر في التزايد .

- ان المنطقة الثانية - من المرحلة الثانية - وهي IIB ، فأنها علي العكس تماما من المنطقة IIA ، بمعني انها تتسم بانخفاض متوسط انتاج العمل ، اي بانخفاض الانتاجية المتوسطة لعنصر العمل ، وهذا يسبب الوفرة النسبية لعنصر العمل بالنسبة لعنصر رأس المال الذي أصبح يتسم ، بالندرة

- ان نقطة تقاطع الانتاجية المتوسطة مع الانتاجية الحدية ، تمثل التوازن الكمي بين عنصر العمل وعنصر رأس المال .

ج- تحليل مراحل الانتاج:

La présentation analytique des phass de production

استناد علي التحليل السابق ، نجد أن المرحلة الأولي يمكن تعريفها بأنها مرحلة تزايد الانتاجية الحدية لخدمة انعمل La productivite marginale du travail est croissante

وهذا ما انعكس علي زيادة الانتاج الكلي وفي نفس الوقت بمعني ان

$$F(K',L) > o$$

$$F(K',L) > o$$

حيث يصبح مستوي الانتاج المتحقق دالة لعنصر رأس المال والعمل .

حيث أن :

رأس المال علي اساس انه متغير ثابت $K' =$

العمل وهو العنصر المتغير $L =$

بمعني أن : $Q=F(K,L)$

- اما مرحلة الانتاج الرشيد فيمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية:

$$F''(K',L)> 0$$

وذلك عندما تصل الانتاجية الحدية الي اقصي حد ممكن $F''(K,L)= 0$

وذلك عندما تبدأ الانتاجية الحدية في الانخفاض $F''(K,L)< 0$

وايضا فعندما يصل الانتاج الكلي الي اقصي كمية ممكنة فإن :

$$E(K',L)= 0$$

$$F''(K',L)< 0$$

أما بالنسبة للمرحلة الثالثة فإن :

$F'(K',L) < o$

$F''(K',L) < o$

٦- دوال الأنتاج المتجانسة:

Les foction de production Honogénes

يمكن النظر الي الدالة التالية : $F(x1, x2, \ldots\ldots xm)$

علي انها دالة متجانسة من الدرجة K اذا كانت

$$F(ax1, ax2 \ldots\ldots\ldots axm = a^k . f(x1,x2 \ldots\ldots xm)$$

ومن ثم فأن دالة الانتاج $Q=F(K,L)$

تكون دالة متجانسة من الدرجة K اذا كانت

$$F(aK,aL) = a^k F(K,L)$$

وجدير بالذكر ان درجة تجانس دوال الانتاج تسمح لنا بتحديد عوائد القطاع Les Rendement d'echelle

في حين ان عوائد القطاع تفسر لنا العلاقة بين التغير في الكميات المستخدمة من خدمات عوامل الانتاج والتغير في مستوي الناتج النهائي، اي العلاقة بين التغير في المدخلات والتغير في المخرجات .

وهنا يمكنا القول بأن هناك ثلاث حالات :

- حالة العوائد القطاعية الثابتة Les Rendemcnt d'echelle

وتتسم هذه المرحلة بثبات النسبة بين التغير في المدخلات والتغير في المخرجات ، بمعني انه في حالة زيادة المدخلات بنسبة ١٠٪ تزيد المخرجات بنفس النسبة (١٠٪) وهنا تصبح (K=1) اي ان الدالة متجانسة من الدرجة الأولي . حيث ان تضاعف كمية خدمات عوامل الانتاج المستخدمة في العملية الانتاجية يؤدي الي تضاعف كمية الناتج النهائي .

- حالة العوائد التقاطعية المتزايدة

Rendement d'echelle croissants

وتتمثل هذه الحالة في زيادة معدل تغير المخرجات بدرجة اكبر من معدل تغير المدخلات ، بمعني انه في حالة زيادة خدمات عوامل الانتاج المستخدمة في العملية الانتاجية بـ ١٠٪ فقد يتزايد حجم الناتج النهائي بنسبة قد تصل الي ١٥٪ او ٢٠٪ او حتي ٢٥٪ وهنا تكون : K>1

حيث أن : أس الدالة =K

وهنا لو تضاعفت كمية خدمات عوامل الانتاج المستخدمة في العملية

الانتاجية فقد يؤدي ذلك الي زيادة حجم الانتاج النهائي بأكبر من الضعف (٣أمثال مثلا او اربع امثال الزيادة في خدمات عوامل الانتاج)

- حالة تناقص العوائد القطاعية

Rendement d'echelle decroissants

وتتمثل هذه الحالة بتغير الناتج النهائي بنسبة اقل من تغير خدمات عوامل الانتاج المستخدمة . بمعني ان حالة زيادة خدمات عوامل الانتاج المستخدمة في العملية الانتاجية بـ١٠٪ يتزايد الناتج النهائي بنسبة ٥٪

وهنا يمكن القول بأن : $O<K<1$

وهنا لو تضاعفت كمية خدمات عوامل الانتاج المستخدمة في العملية الانتاجية ، فأن الناتج النهائي لا يتضاعف بل يتزايد بنسبة أقل من الضعف

ولتوضيح هذا الامر فسوف نفترض انة يمكن تعريف دالة الانتاج من خلال المعادلة التالية : $F(K,L)=K^2L^3$

ولتحديد درجة تجانس هذه الدالة ، فلابد أ نقيم الانتاج الذي يمكن الحصول عليه اذا تغير كل من رأس المال والعمل بنفس المعدل اي أن :

$$F(aK,aL) =(aK)^2 (aL)^3$$

ويمكن صياغة هذه المعادلة علي النحو التالي : $F(aK,aL)=a^5K^2L^3$

ومن ثم فأن : $F(ak,aL)= a^5F(K,L)$

وهذا يؤكد لنا ان هذه الدالة متجانسة من الدرجة الخامسة وبذلك فأنها تعكس لنا مرحلة تزايد العوائد القطاعية .

٧- تكاليف الانتاج : Les Coûts de Production

يمكن تعريف تكاليف الانتاج بأنها النفقات التي يتحملها المشروع من اجل انتاج حجم معين او مستوي معين من سلعة ما وفي خلال فترة زمنية محددة

وتتمثل هذه التكاليف في تكلفة المخرجات إي تكلفة خدمات عوامل الانتاج وايضا عوائد عوامل الانتاج التي يملكها المشروع وتم استخدامها في العملية الانتاجية علي ان يتم حسابها بالاسعار الجارية . فعلي سبيل المثال لو كان المشروع يمتلك قطعة ارض وقد تم بناء توسيعات للمصنع عليها فلابد لتقدير قيمة الارض بالاسعار الجارية اي بسعر السوق واضافة هذا السعر الي تكلفة الانتاج وذلك علي الرغم من ان المشروع لم يشتري هذه الارض بل كان يمتلكها منذ زمن بعيد ولم يدفع سعرها ، لانه قد سبق دفعه حين امتلكه وربما بسعر زهيد جدا للمتر. ولكن حساب التكاليف الكلية

يتطلب احتساب سعر قطعة الارض حسب السعر السائد في الوقت الذي تم فيه بناء التوسعات ، وليس حسب السعر الاسمي السابق دفعه ثمنا لها .

وقد يختلف تحليل التكاليف حسب الفترة الزمنية ، بمعني ان التكاليف في خلال الفترة القصيرة La courte periode تختلف عنها في خلال الفترة الطويلة La longue periode

ففي **الفترة الطويلة** تصبح جميع عناصر الانتاج التي تستخدم الانتاج سلعة ما من العوامل المتغيرة او القابلة للتغير بما في ذلك التجهيزات Les équipements والفن الانتاجي المستخدم Les technologies ومن ثم تصبح مشكلة المنتج في خلال الفترة الطويلة هو اختيار الفن الانتاج الامثل والاحدث وكذلك التجهيزات الحديثة لتحقيق هدفه الا وهو تعظيم ارباحة مع تدنية نفقاته وتقليل درجة المخاطر المحتملة .

اما في خلال **الفترة القصيرة** فإن رأس المال الفني (التجهيزات - الفن الانتاجي) يصعب تغيره اي انه يصبح من الثوابت او المبليات بحيث تصبح مشكلة المنتج هو كيفية ترشيد استخدام هذا العنصر بالقدر الذي يحقق اهدافه .

ومن هذا المنطلق نجد أن التكاليف الكلية تنقسم الي ...

- **التكاليف الثابتة** Les couts fixes وهي التكاليف التي لا تر... بمستوي وحجم الانتاج بمعني انها لا تتزايد بزيادة الانتاج ولا تنخفض بانخفاض الانتاج بل تظل ثابتة خلال الفترة القصيرة، وهذا يؤكد عدم تغير التكاليف الثابتة كدالة للكمية المنتجة من سلعة ما . حالة تكلفة الاصول الثابتة coûts immobiliers (الارض - المباني - الالات - التجهيزات - اتعاب المستشارين - اتعاب دراسة الجدوي - رسوم التسجيل للارض والمباني - فائدة رأس المال المقترض - اقساط التأمين الي غير ذلك)

- **التكلفة المتغيرة** Les coûts variable وهي مرتبطة بمستوي وحجم الانتاج اي انها دالة في الكمية المنتجة، بمعني انها تتزايد بزيادة حجم الانتاج وتنخفض بانخفاضه (حالة تكلفة المواد الاولية - الاجور - المرتبات - الغاز - الكهرباء - المياة - نفقات - التشغيل - النقل - التسويق - الإعلانات الي غير ذلك من نفقات متغيرة)

ويمكنا تحديد كل نوع من هذه التكاليف بالنسبة للكمية المنتجة اي نصيب الوحدة الواحدة المنتجة من هذه التكاليف .

ا- التكاليف الاجمالية : Les coûts globoux

يمكنا هنا التمييز بين ثلاثة انواع من هذه التكاليف :

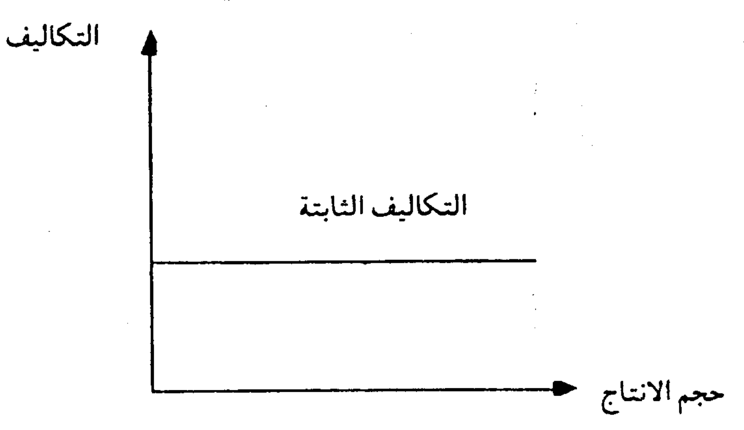
- **التكاليف الاجمالية الثابتة** : Les coûts globaux وتتمثل في اجمالي المبالغ المدفوعة للارض التي يقام عليها المشروع والمباني والالات والتجهيزات وكذلك الرسوم الخاصة بهذا الاعداد اي جميع المدفوعات الخاصة بالاصول الثابتة وفي ملكيتها للمشروع.

- **التكاليف الاجمالية المتغيرة** Les coûts globaux variables وتتمثل في المبالغ المدفوعة من المشروع مقابل المواد الاولية اللازمة للانتاج والفن الانتاجي المستورد وكذلك اجور العاملين وايضا اقساط استهلاك الكهرباء والغاز الطبيعي وقيمة الطاقة الخاصة بوسائل النقل الي غير ذلك من النفقات التي تعتبر دالة لحجم الانتاج وجدير بالذكر أن اي زيادة في الكمية المنتجة من شأنها زيادة الطلب علي خدمات عوامل الانتاج ومن ثم زيادة تكلفتها التي تعبر عن التكاليف المتغيرة .

- **اجمالي التكاليف الكلية** Les coûts totales globanx وهي تشمل مجموع : **اجمالي التكاليف الثابتة + اجمالي التكاليف المتغيرة .**

ونظرا لان التكاليف الثابتة لا تتغير في الاجل القصير بل تظل ثابتة

مهما تغير حجم الانتاج في الاجل القصير فأنها تأخذ شكل الخط المستقيم الموازي للمحور الافقي كما يوضح لنا الشكل التالي :



ولما كانت التكاليف المتغيرة تمثل دالة خطية للكمية المنتجة من سلعة ما fonction lineare، فأن :

$$CTG = Q(Q)+CFG$$

حيث أن :

اجمالي التكاليف الكلية = CTG

اجمالي التكاليف الثابتة = C FG

ويمكن تبسيط ذلك بالمعادلة الاتية :

$$C = Q(Q)+ b$$

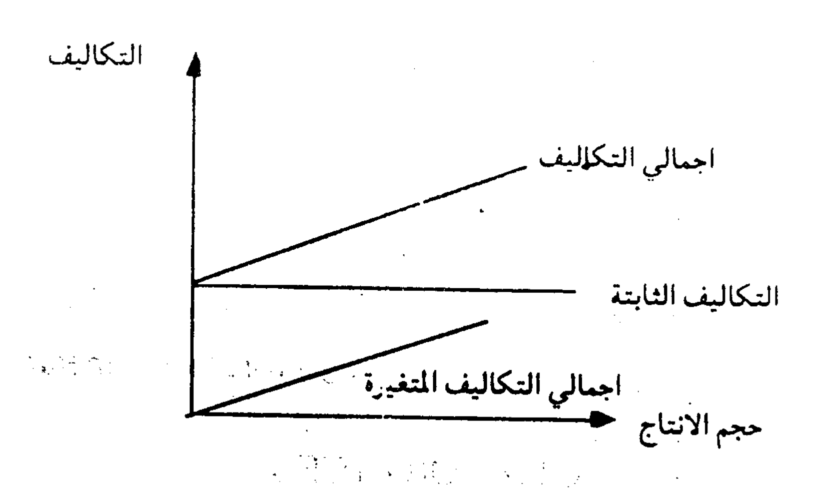
حيث أن :

اجمالي التكاليف الكلية = C

اجمالي التكاليف المتغيرة = Q(Q)

أجمالي التكاليف الثابتة = b

ويمكنا تصوير ذلك بيانيا :



ب- التكاليف المتوسطة Les coûts Moyens

وتتحدد هذه التكاليف بمتوسط التكاليف الكلية حيث يمكن من خلالها تحديد نصيب الوحدة الواحدة من التكلفة الكلية ومن ثم يمكن حساب التكاليف المتوسطة من خلال قسمة التكاليف الكلية علي حجم الانتاج

$$\text{التكلفة المتوسطة} = \frac{\text{التكاليف الكلية}}{\text{عدد الوحدات المنتجة من السلعة}}$$

وهذا يعني ان التكلفة المتوسطة ما هي الا تكلفة الوحدة الواحدة من السلعة المنتجة

التكلفة المتوسطة = CM

ومن ثم فأن **متوسط التكلفة الثابتة** اي التكلفة الثابتة المتوسطة تساوي التكلفة الثابتة للوحدة الواحدة اي نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف الثابتة .

وحيث ان :

متوسط التكاليف الثابتة =CFU

فأن : CFU = CFG/Q=b/Q

اما التكلفة المتوسطة المتغيرة Le coût variable moyen

فأنها تعني نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف المتغيرة Le coût unitaire

متوسط التكلفة المتغيرة =CVU

$$CVU = CVN / Q = Q(Q) / Q$$

واخيرا فأن متوسط التكاليف الكلية اي نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف الكلية

$$CTU=CTG/Q = CFU + CVU =\{Q(Q)+b)/Q$$

خ- التكاليف الحدية :

تتمثل هذه التكلفة الحدية في الزيادة في التكلفة الكلية الناتجة من انتاج وحدة اضافية من السلعة او الخدمة ، وبذلك يمكن الحصول علي التكلفة الحدية بنسبة الزيادة في التكاليف الكلية الي الزيادة في الانتاج

اي ان التكلفة الحدية = $\frac{\text{مقدار الزيادة في التكلفة الكلية}}{\text{مقدار الزيادة في الانتاج}}$

وهنا نجد أنه من الطبيعي ان مقدار الزيادة في التكاليف الكلية لا ينتج إلا من الزيادة في التكاليف المتغيرة . وهنا تثار مشكلة كيفية تغير هذا النوع من التكاليف عندما يبدأ حجم الانتاج في التغير ؟

ولتوضيح ذلك ، لابد للقارئ ان يدرك ان التكاليف المتغيرة تتناسب

طرديا مع التغير في الإنتاج ، بمعني انها - كما سبق وذكرنا - تزداد نفس زيادة الانتاج فعلي سبيل المثال نفترض ان هناك مشروع يقوم بانتاج غزل القطن .

وإذا افترضنا ان هذا المشروع لو اراد انتاج طن من غزل القطن، فلابد ان يستخدم طن واحد من القطن الخام وكذلك عامل واحد فقط .

أما لو افترضنا ان المصنع اراد زيادة انتاجه الي ٢طن من الغزل فإنه سوف يستخدم ٢طن من القطن الخام وكذلك ٢ من العمال .

واذا افترضنا ان اجر العمال وكذلك اسعار المواد الأولية لم يتغير، فإن النفقات والتكاليف المتغيرة سوف تتضاعف بمضاعفة الأنتاج ، وسوف تزداد الي ٣ اضعاف عندما يزداد حجم الانتاج الي ٣ اضعاف ... الخ .

وفي ظل هذه الشروط ، فإن التكلفة المتغيرة تظل دائما ثابتة ، ونجد ان الزيادة في التكلفة المتغيرة اللازمة لزيادة الانتاج بوحدة اضافية واحد، لا تتغير هي الاخري، وذلك يعني ان التكلفة الحدية تظل ثابتة دائما .

وحتي يتحقق هذا الفرض ، لابد ان يكون مستوي اداء المشروع ودرجة كفاءته الانتاجية واحدة بالنسبة لجميع مستويات الانتاج التي يمكن ان تتحقق عند نسب منخفضة او مرتفعة للمزج بين عوامل الانتاج المختلفة

والتي تتمثل في العمالة والمواد الاولية ورأس المال . كما يعتبر ثبات العناصر المتغيرة شرطا اساسيا لصحة الفرض السابق وهو ثبات التكلفة المتغيرة للوحدة اي ثبات التكلفة الحدية .

تطوير التكلفة لايسير علي النحو السابق اذ يتضح لنا عندما يكون حجم الانتاج ضعيفا اي أن المشروع لا يكون لديه الامكانية او القدرة لتحقيق تنظيم امثل وفعال لعنصر العمل ويؤدي ذلك الي تحسين انتاجية العمل مع زيادة نشاط المشروع، وعندما يقترب المشروع من طاقته الانتاجية المثلي ، فإن الظاهرة الخاصة بتطور التكلفة تأخذ اتجاها عكسيا نتيجة صعوبة ادارة وتنظيم الاعداد الكبيرة من العمال وتزداد نسبة الضياع او الفاقد من الموارد ، كما يصاب العمال بالارهاق الذهني والبدني نتيجة ساعات العمل الاضافية الزائدة والتي تفوق قدراتهم علي العمل كل ذلك كفيل بأن يؤدي الي انخفاض العائد نتيجة لانخفاض انتاجية عناصر الانتاج. وبمعني اخر نجد ان عوائد عناصر الانتاج او الغلة لا يمكن ان تكون ثابتة حيث انها تزداد في البداية مع زيادة الانتاج ثم تأخذ في التناقص بعد مرحلة معينة ، حيث يتم بلوغ المشروع للحجم الامثل من الانتاج . ويتضح لنا أن التكلفة المتغيرة للوحدة والتكلفة الحدية تأخذ في التناقص في ظل مرحلة تزايد الغلة. ثم تأخذ في التزايد في ظل مرحلة تناقص الغلة ويمكن توضيح ذلك بالجدول الأتي :

(١) م	(٢) التكلفة الثابتة بالجنية	(٣) التكلفة المتغيرة بالجنية	(٤) التكلفة الكلية (٣+٢)	(٥) متوسط التكاليف (١/٤)	(٦) متوسط التكاليف المتغيرة ١/٣	(٧) التكلفة الحدية المشتقة من(٤،٣)
٠	٤٠٠	صفر	٤٠٠	–	–	–
١	٤٠٠	١١٠	٥١٠	٥١٠	١١٠	١١٠
٢	٤٠٠	٢٢٠	٦٣٠	٣١٠	١١٠	١١٠
٣	٤٠٠	٣٢٠	٧٢٠	٣٤٠	١٠٧	١٠٠
٤	٤٠٠	٤٠٠	٨٠٠	٣٠٠	١٠٠	٨٠
٥	٤٠٠	٥٠٠	٩٠٠	١٨٠	١٠٠	١٠٠
٦	٤٠٠	٦٢٠	١٠٢٠	١٧٠	١٠٣	١٢٠
٧	٤٠٠	٧٩٠	١١٩٠	١٧٠	١١٣	١٧٠
٨	٤٠٠	١٠٤٠	١٤٤٠	١٨٠	١٣٠	٢٥٠
٩	٤٠٠	١٤٠٠	١٨٠٠	٢٠٠	١٥٥	٣٦٠

ومن الجدول السابق يتضح لنا :

ان العمود رقم (٧) يمثل لنا القيم المختلفة للتكلفة الحدية ، ويمكن الحصول علي هذه القيم بحساب الفرق بين القيم المتتابعة للتكلفة المتغيرة والممثلة في العمود رقم ٤فعلي سبيل المثال بالنسبة للعمود ٣ عند انتاج المشروع لـ٤ وحدات نجد ان التكلفة الحدية يمكن حسابها كالآتي :

٤٠٠-٣٢٠=٨٠جنية

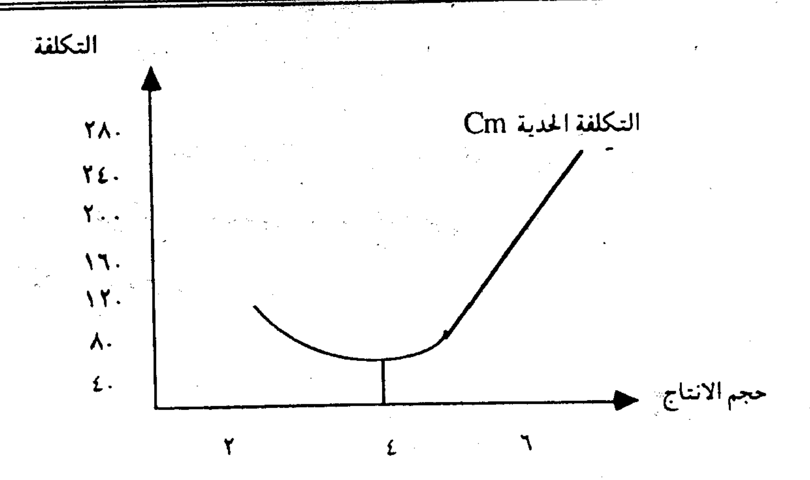
وهذا هو الفرق بين التكاليف المتغيرة عندما كان الانتاج ٣ثم زاد الي ٤وحدات

ونفس الشئ بالنسبة للتكاليف الكلية

٨٠٠-٧٢٠=٨٠جنية

وذلك لان المتغير الاساسي هنا هو التكلفة المتغيرة التي تظهر كمحدد للتكلفة الكلية .

عند زيادة حجم الانتاج فإن التكلفة الحدية تأخذ في التناقص في بداية الأمر ، وتصل الي ادناها عند انتاج ٤وحدات ، ثم تأخذ في الارتفاع بعد ذلك :



وحيث ان : التكلفة الحدية =Cm

فأن :
$$Cm = dC / dQ$$

وبوجه اخر يمكن التعبير عن التكلفة الحدية بـ $Cm=Q'(Q)$

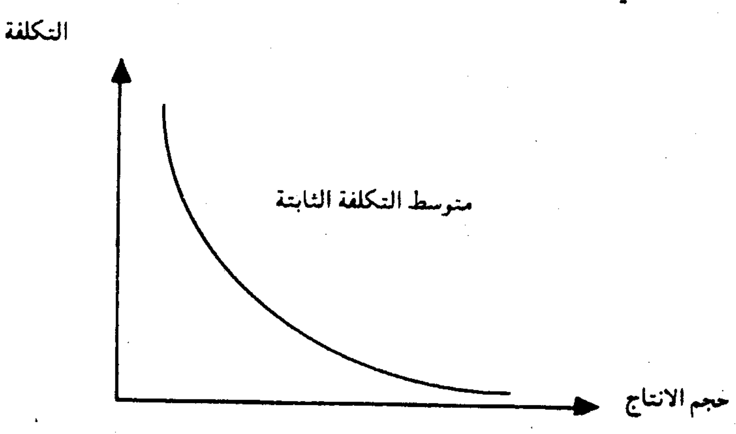
اي ان التكلفة الحدية تساوي ميل التكاليف الكلية اي المشتقة للتكاليف الكلية La derivée du coût total

٨- شكل منحنيات متوسط التكلفة الثابتة والمتغيرة :

اذا كان اجمالي التكاليف الثابتة (b) يمثل قيمة ثابتة فأن التكلفة الثابتة لانتاج الوحدة الواحدة من سلعة ما اي نصيب الوحدة الواحدة من

التكلفة الثابتة =b/Q

وهذه التكلفة يمكن التعبير عنها بالمنحني التالي وهو ينحدر من اعلي الي اسفل ليقترب من المحور الافقي وهو ذات ميل سالب (مثل منحني الطلب الفردي)



ومن الرسم السابق نجد ان :

- هناك علاقة عكسية بين التغير في التكاليف الثابتة وبين التغير في حجم الانتاج .

- ان هذا يؤكد لنا ان زيادة الانتاج تؤدي الي انخفاض متوسط نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف الثابتة .

فعلي سبيل المثال لو كانت التكلفة الثابتة = مليون جنية

وان حجم الانتاج = ٥٠٠,٠٠٠ وحدة

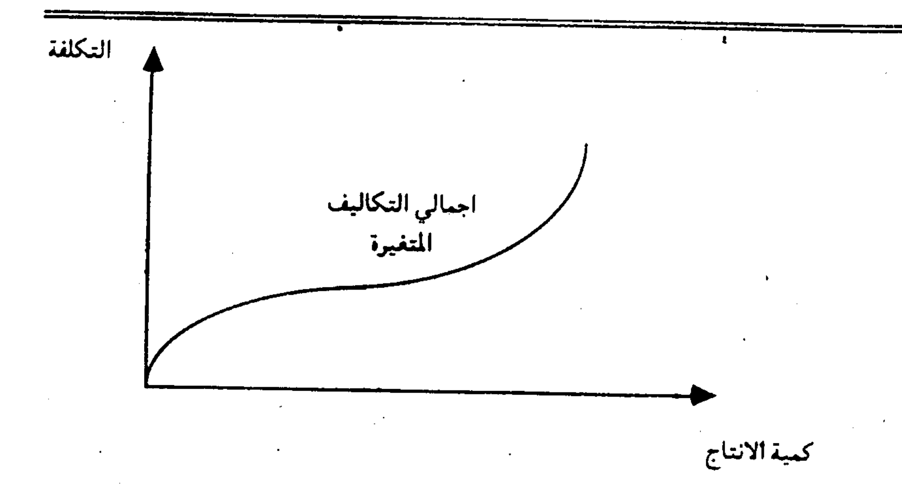
فأن متوسط التكلفة الثابتة اي ان نصيب الوحدة الواحدة من التكلفة الثابتة = $\frac{١٠٠٠,٠٠٠}{٥٠٠,٠٠٠}$ = ٢جنية

اما لو زاد الانتاج بحيث اصبح ١٠٠٠,٠٠٠ ميلون وحدة فأن تكلفة الوحدة الواحدة من التكلفة الثابتة = $\frac{١٠٠٠٠٠٠}{١٠٠٠,٠٠٠}$ = ١جنية

ونظرا لان اجمالي التكاليف المتغيرة دالة لحجم الانتاج ، فأن شكل دالة ومنحني هذه التكلفة يكون غير محدد Indeterminee وطبقا للنظرية الاقتصادية الجزئية La theorie microéconomique فأن دالة التكلفة المتغيرة الاجمالية يمكن اعتبارها دالة تعددية المتغيرات من الدرجة الثالثة Une fonction polynomiale de degie 3

$$Q(Q) = a\,Q^3 + BQ^2 + rQ$$

ويعني هذا أن الدالة متزايدة وأن d تكون موجبة



واخيرا بالنسبة لشكل منحني متوسط التكلفة المتغيرة اي نصيب الوحدة الواحدة من التكلفة المتغيرة، فأن دالة متوسط التكلفة المتغيرة

La fonction de coût variable unitaire

تأخذ شكل الدالة المتعددة المتغيرات من الدرجة الثانية

$$CVU \quad \{Q(Q)\} = CVU(Q) = aQ^2 + BQ + r$$

واذا كانت $r=o$

وهي حالة انعدام التكلفة المتغيرة وهذا يعكس لنا انعدام الانتاج، بمعني انه حينما لا يوجد انتاج فسوف لا توجد تكاليف متغيرة علي عكس

التكاليف الثابتة التي توجد حتي قبل البدء في الانتاج اي يتحملها المشروع منذ التفكير في انشائه .

ولذلك فأن التغير في هذه الدالة يمكن الحصول عليه من خلال تحديد ميل الدالة

$$CVU(Q)=2aQ+B$$

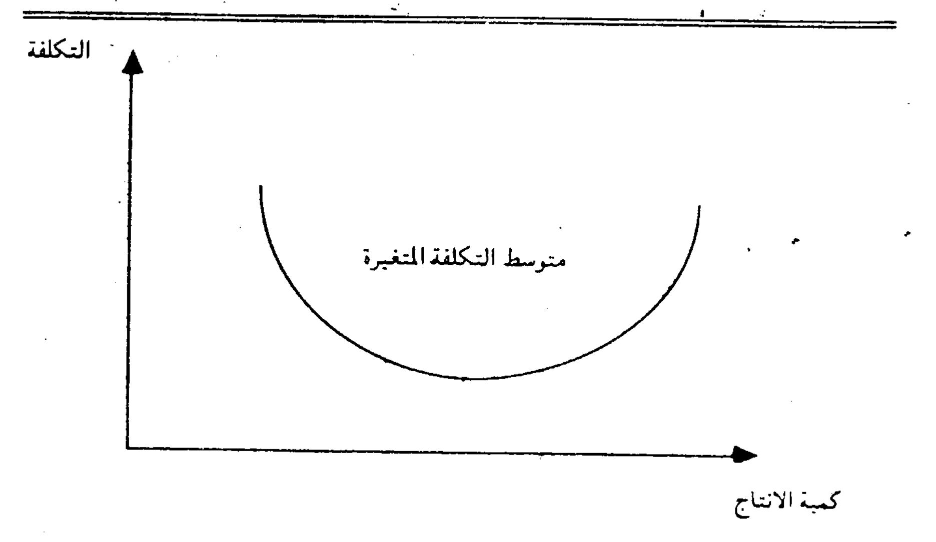
وبمساواة هذه المشتقة بالصفر فإن :

-O $Q=-B/2a$

- + $Q>-B/2a$

- - $Q< - B/2a$

ومن ثم فأن شكل منحني متوسط التكلفة المتغير يأخذ شكل حرف U مثل الشكل التالي :



٩- شكل منحنيات متوسط التكلفة الكلية والتكلفة الحدية :

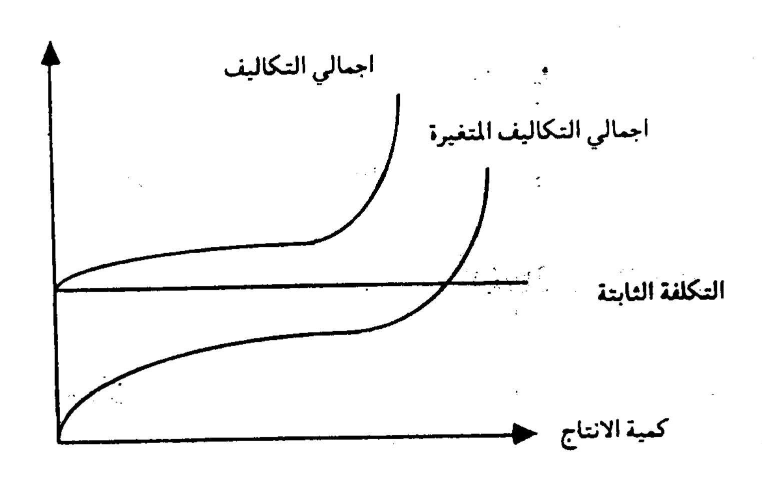
Courbes de coût total unitaire et de coût marginale

ينبثق منحني متوسط التكلفة الكلية من منحني اجمالي التكاليف الكلية ونظرا لان منحني اجمالي التكاليف الكلية يشتق من شكل منحني اجمالي التكاليف المتغيرة حيث أن :

$$CTC = Q\,(Q) + b$$

$$CTG = aQ^3 + BQ^2 + YQ + b$$

وبذلك يصبح منحني اجمالي التكاليف الكلية متشابه مع منحني اجمالي التكاليف المتغيرة، مع فارق واحد الا وهو أن منحني اجمالي التكاليف الكلية يمر بالنقاط (O,b) حيث تكون b موجبة طالما كانت التكاليف الاجمالية موجبة ، حتي في حالة انعدام الانتاج، حيث يتحمل المشروع التكاليف الثابتة حتي قبل البدء في الانتاج وهذا ما سيوضحه الشكل التالي :



اما بالنسبة لمنحني متوسط التكلفة الكلية فأنه يمكن التعبير عن هذه التكلفة بالدالة التالية

$$CTU = CTG/Q = a\,Q^2 + BQ + Y + b/Q$$

ونظرا لان منحني متوسط التكلفة الكلية يأخذ شكل حرف U فأنه طبقا للقاعدة العامة تصبح دالة التكاليف المتغيرة ذات شكل محدب في الوقت الذي تكون فيه المشتقة الثانية لهذه الدالة موجبة .

ومن ثم فأن ميل دالة متوسط التكلفة الكلية = CTU'(Q)

يمكن صياغته بالمعادلة التالية

$$CTU'(Q) = 2aQ+B-b/Q^2$$

كما ان المشتقة الثانية لهذه الدالة يمكن ان تتمثل في

$$CTU''(Q) = 2a + 2b/Q^3$$

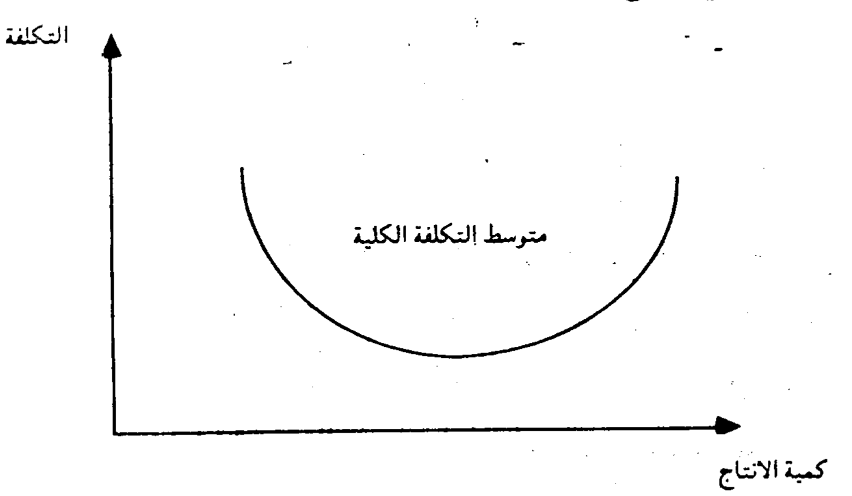
حيث ان :

كم موجب =a,b,Q

$$CTU''(Q)>O$$

وبذلك تصبح دالة متوسط التكاليف الكلية CTU ذات شكل محدب اي دالة محدبة La fonction est convexe.

والشكل التالي يوضح ذلك :



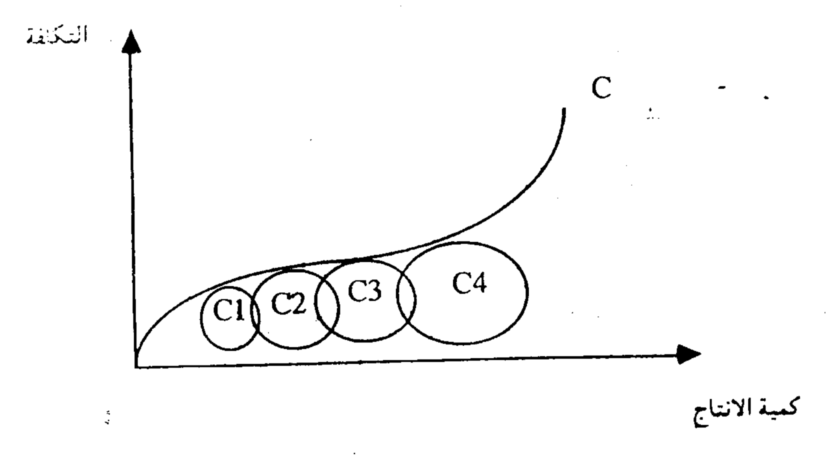
١٠ - منحنيات التكاليف الفترة الطويلة

Les courbes de coûts en longue période

مما لا شك فيه ان المنتج في خلال الفترة الطويلة يكون في مركز يسمح له بتحديد مستوي انتاجه ، بمعني انه يستطيع تحديد اختيار النطاق الخاص بانتاجه اي يحدد النطاق الامثل للانتاج والذي يسمح له بتعظيم اهدافه الربحية . وخصوصا ان جميع عوامل الانتاج تصبح من العوامل المتغيرة اي تكون قابلة للتغير وليست ثابتة كما هو الحال بالنسبة للفترة القصيرة، والتي يكون المنتج في اثنائها مقيد في اختياراته .

أما في خلال الفترة الطويلة تصبح التكاليف جميعها متغيرة، ويتحدد نطاق اي حجم الانتاج ومستوي التجهيزات الفنية للمشروع، بمعني انه كلما ارتفع معدل التراكم الراسمالي المتاح للمشروع وزادت نسبة رأس المال الفني المستخدم في المشروع كلما ارتفعت التكاليف الكلية .

وبوجه عام ، **فا'ن منحني التكلفة الكلية في الفترة الطويلة يمكن ان يغلف** courbe enveloppe **منحنيات التكاليف في الفترة القصيرة ومن ثم فا'ن هذا الغلاف الخاص بعائلة المنحنيات** L'enveloppe d'une famille des courbes **والذي يغلف منحنيات التكلفة الكلية في الفترة القصيرة عند المستويات المختلفة للانتاج يتمثل في المنحني التماسي** La courbe tangeate **مع كل منحني من منحنيات التكلفة في الاجل القصير لعائلة المنحنيات اي المجموعة المنحنيات . فعلي سبيل المثال لو** كانت مجموعة منحنيات التكاليف تتمثل في العائلة التالية من C1 الي CU **فأن المنحني C اي المنحني الغلاف لهذه العائلة هو C والشكل التالي يوضح ذلك .**



أ- منحني اجمالي التكاليف الكلية في الاجل الطويل

La courbe de coût total global en bongue période

علي الرغم من اهمية منحنيات التكاليف بالنسبة للمشروع ، سواء في الاجل القصير او الاجل الطويل ، فأن اهتمامنا بهذه المنحنيات في الاجل الطويل إنما ينبع من ان منحني اجمالي التكاليف الكلية في الاجل الطويل يكون انعكاس لتجميع منحنيات التكاليف خلال الاجل القصير والتي تزداد فيه التكاليف بوجه خاص لزيادة عبء التكلفة الثابتة خلال هذا الاجل .

ولذلك يمكنا تشبية منحنيات التكاليف في الاجل القصير بانها افراد في اسرة المنحنيات والتي يكون عميدها هو منحني التكاليف في الاجل الطويل والذي يضم ويحوط هذه المتحنيات فعلي سبيل المثال لو افترضنا ان :

منحنيات التكاليف في الاجل القصيرة = ... C1, C2,

مجموعة هذه المنحنيات =Cn

اي ان : Cn تصبح كل من C3, C2, C1 الي اخره

ومن ثم فأن كل منحني داخل مجموعة المنحنيات Cn يقابله قيمة لرأس المال المستخدم K ، بمعني ان Cn يقابله Kn

هو اجمالي رأس المال المستخدم خلال مراحل الاجل القصير =Kn

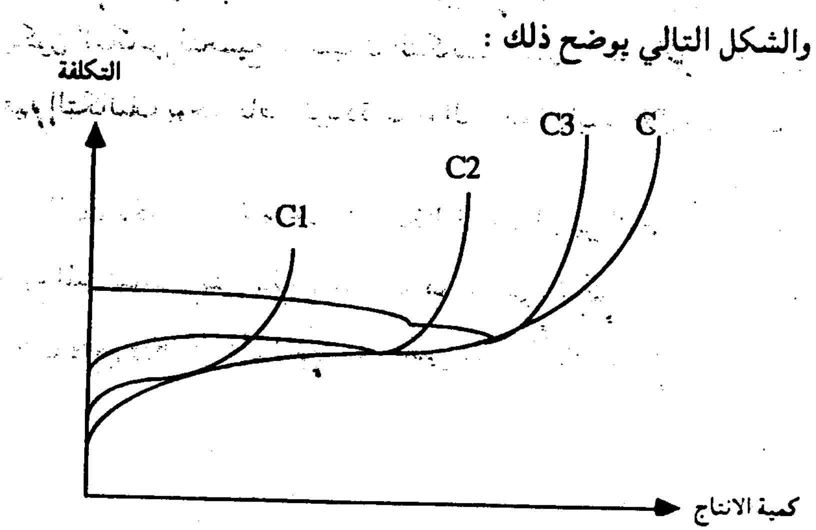
حيث ان :

C1 —يقابله→ K1

C2 —يقابله→ K2

هو المنحني الخلاف اي منحني التكاليف خلال الفترة الطويلة =C

والشكل التالي يوضح ذلك :



من الشكل السابق نجد ان :

منحني التكاليف في خلال الفترة الطويلة C ما هو الا محصلة منحنيات التكاليف في الاجل القصير . اي انه نقطة تجمع هذه المنحنيات

- ان هذا المنحني يغلف المنحنيات C2, C1

- ان كل نقطة علي المنحني C تمثل اقل تكلفة ممكنة لكل مستوي من مستويات الانتاج .

ب- منحني متوسط التكلفة الكلية في الاجل الطويل

La courbe de coût total unitaire en longue période

يمكنا تعريف متوسط التكلفة الكلية Le coût total unitaire بإنها النسبة بين اجمالي التكاليف الكلية والكمية المنتجة

$$\text{اي} = \frac{\text{اجمالي التكاليف الكلية}}{\text{حجم الانتاج}}$$

ولما كان منحني اجمالي التكاليف الكلية في خلال الاجل الطويل يعتبر الغلاف L'enveloppe والمماس La tangente لجميع منحنيات اجمالي التكاليف الكلية في الاجل القصير ، فأن متوسط التكاليف الكلية للكمية المنتجة من سلعة يمكن تقديرها من خلال :

- تحديد النسبة بين اجمالي التكاليف الكلية في الاجل الطويل والكمية المنتجة

- تجميع واضافة التكاليف الكلية الخاصة بكل مستوى من مستويات الانتاج في الاجل القصير وهذه الطريقة تؤكد ان متوسط التكلفة الكلية في الاجل الطويل عبارة عن المستويات الدنيا للتكاليف المتوسطة خلال المراحل المختلفة من الانتاج في الاجل القصير .

وبذلك نجد أن :

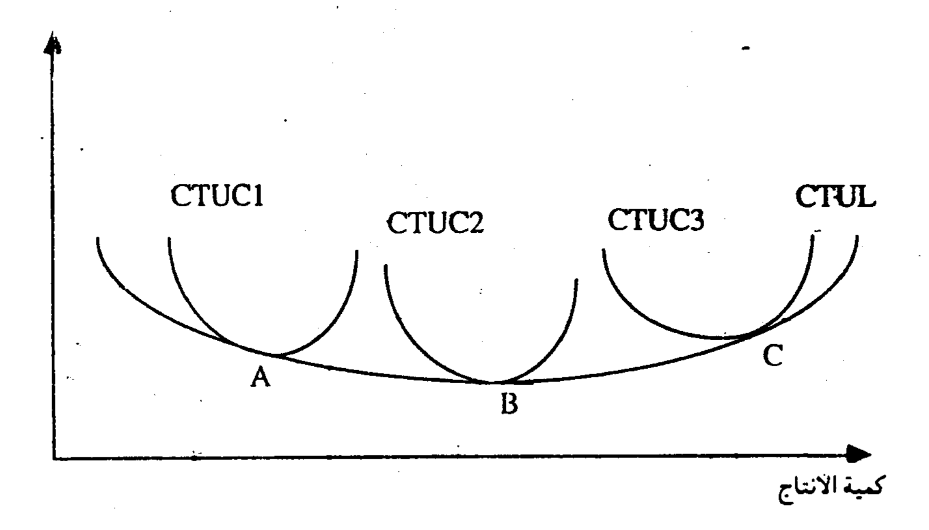
منحني متوسط التكلفة الكلية =CTUL

هو المنحني الغلاف او المماس لمجموع المنحنيات (n)والخاصة بمجموع منحنيات متوسط التكلفة الكلية في الفترة القصيرة .

عدد من منحنيات متوسط التكلفة الكلية في الاجل القصير= CTUCn

كما يوضح الشكل التالي :



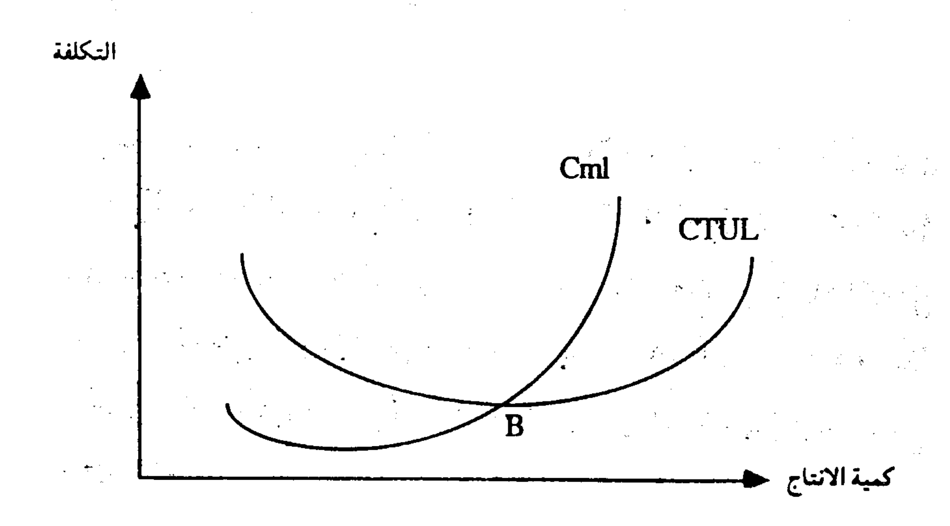


ومن الرسم السابق نجد ان المنحني CTUL يتماس مع كل المنحنيات CTUC3, CTUC2 , CTUC1 في النقاط A,B,C ,وهذه النقاط تمثل لنا ادني متوسط تكلفة للوحدة المنتجة من السلعة ومن ثم فأن المنحني الاطار او الغلاف يمثل لنا ادني حد من متوسط التكلفة للوحدة المنتجة وهذا يعكس لنا انخفاض متوسط التكلفة الكلية في الاجل الطويل عنها في الاجل القصير .

ج- منحنيات التكاليف الحدية في الاجل الطويل

La courbe de coût Marginal en longue periٍvde

يأخذ منحني التكاليف الحدية في الاجل الطويل شكل حرف U ويسير في نفس اتجاه ويأخذ نفس ميل منحني اجمالي التكاليف الكلية في الاجل الطويل CTUL ويتقاطع مع هذا المنحني في النطقة B حيث تمثل هذه النقطة ادني حد او ادني قيمة تصل اليها متوسط اجمالي التكاليف الكلية في الفترة الطويلة .



١١- توازن المنتج :

يقصد بتوازن المنتج كيفيه استطاعة هذا المنتج تغطية التكاليف الخاصة بالمراحل المختلفة للانتاج، بمعني عدم تعرضه للخسارة ولا تحقيق اي ربح فالتوازن هنا معناه تعادل الايرادات الحدية للمشروع مع التكاليف الحدية. وهنا نجد أن المنتج يستمر في الانتاج طالما كانت الايرادات المحققة من انتاج وحدة اضافية (والوحدة الاخيرة) اكبر من التكلفة الحدية اي تكلفة الوحدة الاضافية الاخيرة حتي تتساوي ايرادات الوحدة الاضافية مع تكلفة انتاجها . وهنا يتوقف المنتج عن زيادة انتاجه والا تعرض للخسارة.

ومن ثم نجد ان تحليل توازن المنتج يدفعنا للتعرض للعلاقة بين الاسعار والتكاليف بحيث يلعب كل منهما او كلاهما معا دورا هاما في تحديد مستوي انتاج المشروع وكيفيه وصوله الي حدود الطاقة الانتاجية القصوي للمشروع .

ونظرا لان هدف تعظيم الربحية من اهم اهداف المشروعات سواء كانت انتاجيه او خدمية فأنه من الممكن تحقيق اقصي ربح ممكن في حالة ما يكون

الايراد الكلي - التكاليف الكلية = اقصي قدر ممكن

وعند هذا المستوي فأن :

الايرادات الحدية = التكاليف الحدية ← يتحقق التوازن للمنتج

↓

الحجم التوازني للانتاج .

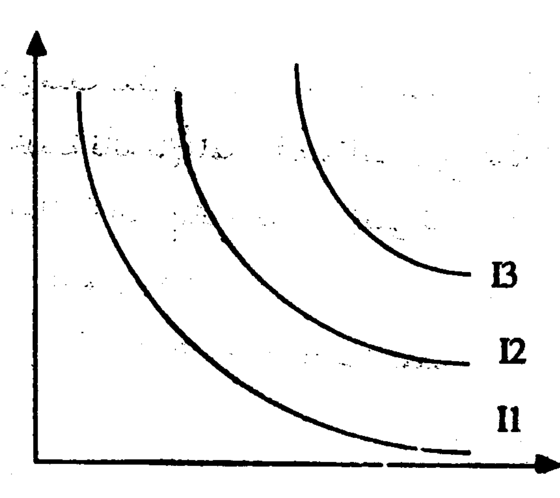
و هذا الحجم التوازني او المستوي التوازني للانتاج يختلف في الفترة القصيرة عنه في الفترة الطويلة .

ا- توازن المنتج في الفترة الطويلة (المدخل الهياني)

L'équilibre du producteur en courte période approche graphique

كما سبق وذكرنا ، يتحقق المركز التوازني للمنتج عندما تصل ارباحه الكلية الي اقصي قيمة ممكنة .

ومن ثم يمكنا تصوير ذلك بيانيا من خلال منحنيات التكاليف المقابلة لكل مستوي من مستويات الانتاج المختلفة ، كما يوضح الشكل التالي :



ومن الشكل السابق نجد ان خريطة سواء المنتج توضح لنا :

- ان خريطة منحنيات التكلفة المتساوية Isoquante ، تمثل لنا المنحنيات التي توضح التوافيق المختلفة من العمل ورأس المال والتي يوظفها المنتج او المشروع في اطار اسعار محددة لخدمات هذه العوامل .

- ان هذه المنحنيات تنقل الي اعلي في حالة ارتفاع التكاليف الكلية وتنقل الي اسفل في حالة انخفاض تلك التكاليف بالنسبة لكل مستوي من مستويات الانتاج .

- ان هذه التكاليف توضح لنا اجمالي التكاليف Le coût total globol في خلال الفترة الطويلة ، حيث تمثل لنا النسبة بين الاسعار والكميات المنتجة .

فاذا افترضنا ان :

مختلف مستويات الانتاج Q=

اجمالي التكاليف الكلية بالنسبة لمستوي الانتاج C=

فأن : $C=WL + rk$

ولكن $L=\frac{C}{W} - \frac{rK}{W}$

حيث ان : العمل $L=$

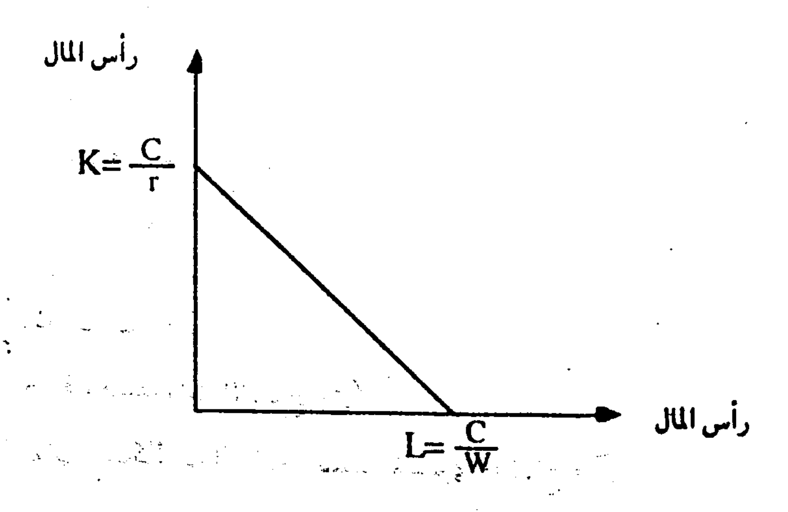
رأس المال $K=$

عائد العمل (الاجور) $W=$

عائد رأس المال (الفائدة) $r=$

وبذلك فأن : L,K يمثلان الكميات المستخدمة من العمل ورأس المال لتحقيق مستوي معين من الانتاج .

ويمكنا تمثيل ذلك بالشكل التالي :

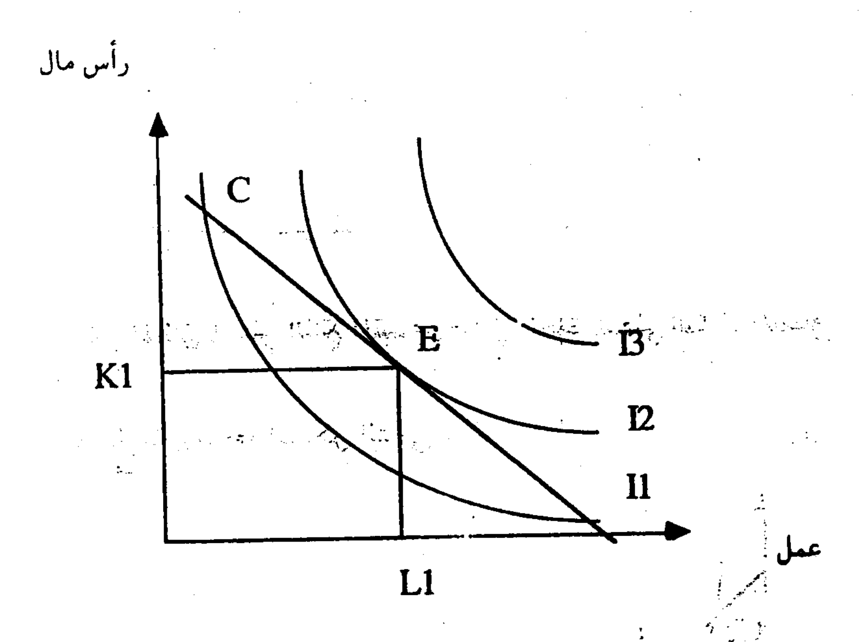


والشكل السابق يوضح لنا مستوي الانتاج عند مستوي معين من التكاليف .

ب- تعظيم الانتاج في ظل التكلفة الثابتة

Maximisation de la production a coût donne

يسعي المنتج الرشيد في ظل ثبات التكلفة الي تحقيق اقصي قدر ممكن من الانتاج ، وتتحقق هذه الحالة عندما تمس منحنيات التكلفة الثابتة خط اجمالي التكاليف الكلية ، مثلما يتضح بالشكل التالي :



من الشكل السابق ، نجد ان اعلي مستوي من الانتاج هو المستوي E والذي يقع علي المنحني I2 ، حيث تصبح التوليفه الضرورية للوصول لهذا المستوي وتتحقق بعدد ساعات العمل L1 ومستوي رأس المال K1 وبذلك

تصبح Eهي نطقة او مركز توازن المنتج . وهنا يمكن القول ان هذا التوازن يسمح للمنتج بأن يصل الي اقصي انتاج ممكن في حدود ما يخصصه من موارد مالية للانفاق علي خدمات عوامل الانتاج في خلال فترة معينة .

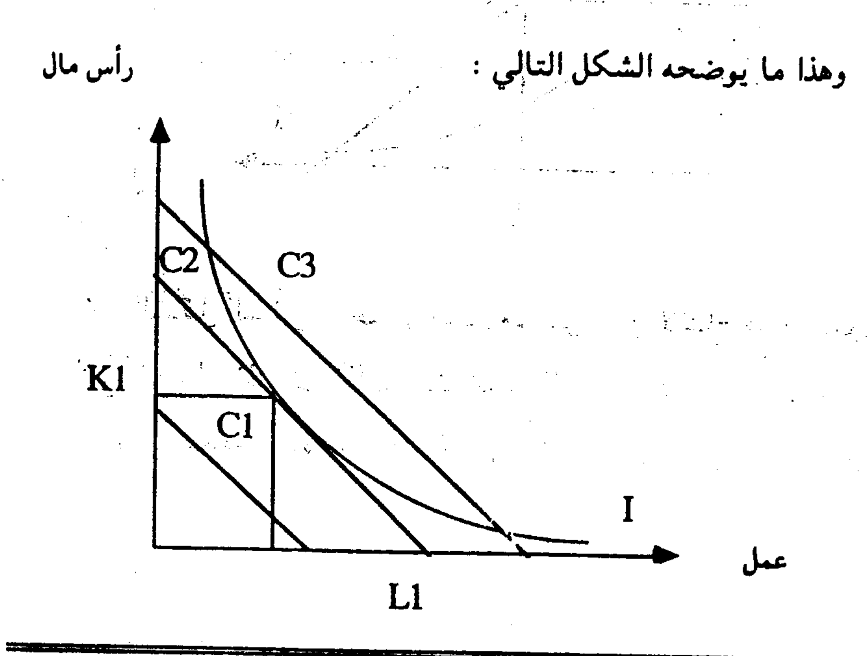
ج- تدنيه التكاليف في ظل القيود المفروضة

Minimsation du coût a contraint donne

يمكن للمنتج ان يحقق هذا الهدف وهو تخصيص اجمالي التكاليف الكلية الي ادني حد ممكن وذلك عندما يتماس اعلي منحني ناتج متساوي مع منحني التكلفة المتساوي، بمعني تساوي الميل المطلق لمنحني الناتج المتساوي مع الميل المطلق لمنحني التكلفة المتساوي .

الميل المطلق لمنحني الناتج المتساوي =الميل المطلق لمنحني التكلفة المتساوية

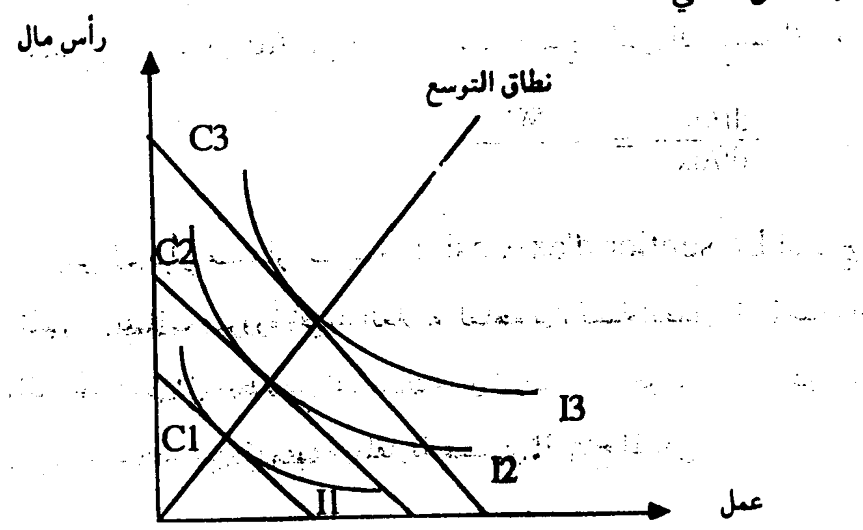
وهذا ما يوضحه الشكل التالي :



د- تحديد مسار التوسع:

La determination du sentier d'expansion

اذا افترضنا ثبات اسعار خدمات عوامل الانتاج فأن اي زيادة في الانفاق الكلي للمشروع ، سوف يترتب عليها انتقال منحنيات الناتج المتساوي الي اعلي ، اما لو انخفض الانفاق الكلي للمشروع فسوف تنتقل هذه المنحنيات الي اسفل ، كما سبق وذكرنا وقد يتحقق التماس بين منحنيات التكلفة المتساوية ومنحنيات الناتج المتساوي عند نقاط التوازن وبتوصيل نقاط التوازن المختلفة نحصل علي مسار توسعات المشروع وبذلك يصبح هذا المسار التوسعي عبارة عن الخط التي يمر بنقاط التوازن المختلفة نتيجة تغير مسار الانفاق الكلي للمشروع ، ويمكنا توضيح ذلك بيانيا بالشكل التالي :



ومن الرسم السابق نجد ان :

- مسار توسع المشروع هو عبارة عن المحل الهندسي Le lieu geo-metrique

لجميع نقاط التوازن المرتبطة بالمستويات المختلفة للانتاج واجمالي التكاليف الكلية .

- ان كل نقطة من نقاط التوازن تعكس لنا التوليفة بين كمية العمل L وكمية رأس المال K المستخدم في العملية الانتاجية . اي النسبة بين العمل ورأس المال ومن ثم تصبح هذه النقطة دالة للعمل ورأس المال .

وبذلك يصبح شرط التوازن في جميع الحالات علي المنحني السابق هو التساوي او التعادل L'egalite بين نسبة الانتاج الحدي الي نسبة الاسعار

$$\frac{df/dL}{df/dk} = \frac{W}{r}$$

ومن ثم فأن مسار التوسع Le sentier d'expansion للمنتج او المشروع يتطلب ضرورة تحديد العلاقة العامة بين كمية العمل L وكمية رأس المال K عند كل نقطة من نقاط التوازن المختلفة ، حيث تعكس كل نقطة نسبة المستخدم من كل منها بالمقارنة بمستوي الانتاج المحقق .

فاذا افترضنا ان :

العلاقة بين K,L ومستوي الانتاج =g

فيمكنا التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية :

$g(L,K) = O$

وبذلك فان مسار التوسع يمكن تعريفه كدالة لتلك العلاقة

$g(L,K) = O$

ولتوضيح ذلك فسوف نفرض ان دالة الانتاج تتمثل في :

$$Q = L^2 + K^2$$

ان جميع نقاط التوازن يمكن ان تعكس لنا العلاقة التالية :

$$\frac{df/dL}{df/dk} = Wr$$

بمعني ان :

$2L/2K = W/r$

حيث ان :

$L/K = W/r$

$L/K - W/r = O$

وهكذا فـان الدالة : g(L,K) هي التي تحدد نطاق التوسع او بتـجـميع التكاليف الكلية في الفترة القصيرة بالنسبة لكل مستوي من مسـتـويات الانتاج وبتـجميع التكاليف الكلية في الفترة القصيرة بالنسبة لكل مستوي من مستويات الانتاج ينتج منحني التكلفة الكلية للوحدة الواحدة في الفترة الطويلة هو المنحني CTUL وهذا المنحني وهو المنحني الغلاف لمجموع المنحنيات n في خلال الفترة القصيرة وهو يمثل مجموع منحنيات التكلفة الكلية للوحدة الواحدة في خلال الفترة القصيرة CTNCn.

الخلاصة

- تصبح كل التكاليف الكلية في خلال الاجل الطويل تكاليف متغيرة لذلك نجد ان منحني التكاليف الكلية في الأجل الطويل يصبح هو المنحني الغلاف او الاطار الذي يتضمن ويتماس مع جميع منحنيات التكاليف الكلية في خلال الاجل القصير ، وذلك عند المستويات المختلفة للانتاج.

- بعض عوامل الانتاج مثل العمل يطلق عليها موارد متغيرة وذلك لسهولة تغيرها حسب تغير حجم الانتاج ، الموارد الاخري مثل رأس المال فيطلق عليها موارد ثابتة في الاجل القصير ، لانها لا تتغير الا في خلال الفترة الطويلة ، حيث من الصعب زيادة رأس المال او الارضي او الآلات او غيرها بسرعة بل لابد لوقت طويل ولذلك يقال انه في خلال الاجل الطويل يتغير جميع الموارد ومن ثم التكاليف الخاصة بهذه الموارد .

- ان عوائد هذه الموارد الثابتة (ريع- فائدة) تعتبر تكاليف ثابتة في الفترة القصيرة ومتغيرة في الفترة اطويلة .

- في الاجل الطويل يصبح منحني متوسط التكلفة الكلية بمثابة الغلاف الخاص بمنحنيات متوسط التكاليف الكلية في الأجل القصير .

- ان هذا المنحني سواء في خلال الاجل القصير أو الطويل يأخذ شكل

حرف U كما ان اختيار الحجم الأعلي للمشروع يصبح من اهم محددات تحقيقي متوسط التكلفة ولكن يجب ان يكون هذا التحديد في ضوء تحقيقي التكاليف وتعظيم الايرادات وتلافي نسبة الفاقد الاقتصادي .

الفصل الثامن

نظرية المنتج ودالة العرض

La théorie du producteur et la fonction d'offre

مقدمة

ان اي محاولة لفهم آليات السوق لابد أن تتضمن اساس نظرية المنتج ، حيث ان ميكانيكيات او آليات جهاز الثمن هو المرجع الذي يمد المنتج بكل ما يتعلق بمؤشرات الطلب وبقرارات المنتجين الذين ينتجون نفس السلعة اي مقرارات القطاع الذي خضع او ينتمي اليه النشاط الاقتصادي (صناعي-زراعي - خدمي) ولذلك نجد ان هناك العديد من الاشكال لمنحنيات العرض مثلما هو الحال بالنسبة لمنحني الطلب وخصوصا ان هدف اي مشروع تحقيق اقصي معدلات للربحية هو اهم هدف للمشروعات الخاصة كما ان هدف تعظيم الربحية هو اساس تحقيق التوازن للمشروع.

ومن ثم يختلف شكل دوال العرض من مشروع لأخر حسب طبيعة السوق وهذا الاختلاف يؤثر علي شكل دوال الايراد ودوال التكاليف.

ولذلك فسوف نتعرض لدوال العرض

ا - مفهوم دالة العرض:

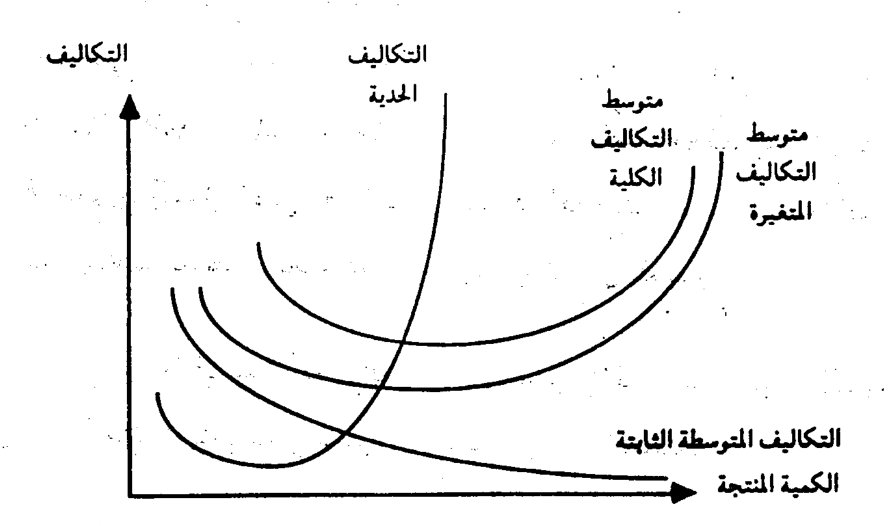
Le concept de la fonction offre

بالاستناد الي نظرية التكاليف La théorie des coûts

فأن التكاليف في خلال الفترة القصيرة تنقسم الي :

- تكاليف ثابتة des coûts fixes
- تكاليف متغيرة des coûts variables

وسوف نعبر عن الاشكال المختلفة للتكاليف من خلال الشكل التالي :



من الشكل السابق نجد أن :

- يتحدد منحني العرض La courbe d'offre ابتداء من الجزء المتقاطع مع منحني التكلفة La courbe de cout marginale حيث ان جميع اقسام هذا الجزء تعتبر مناطق غير ملائمة للمنتج الرشيد وخصوصا ان الاسعار قد تنخفض في بعض الاحيان بحيث يصعب تحقيق ارباح عند اي مستوي من مستويات الانتاج لبعض المشروعات الحدية في حالة ما اذا كان السعر اعلي أو مساويا لادني تكلفة ممكنة للوحدة من الانتاج، يصبح من مصلحة المنتج الاستمرار في الانتاج حيث انه سوف يحقق ارباحا اجمالية موجبة او منعدمة مثل كما هو يلي :

$$TT = Q(P- CTU)$$

حيث ان :

P= السعر

CTU= متوسط التكلفة الكلية اي نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف الكلية

والعكس تماما حينما يكون السعر ادني من متوسط التكلفة الكلية اي ادني من نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف الكلية ، فأن المنتج يحقق خسارة وبذلك فأن توقعات الخسارة تعتبر من اهم الاساليب التي تدفع

المنتجين للتوقف عن الانتاج . فاذا افترضنا ان الخسارة كانت نتيجة لانخفاض سعر السوق بالنسبة لسلعة معينة ، فأن التوقف عن الانتاج سوف لا يسمح للمنتج بارجاء التكاليف الثابتة والتي تصبح من اهم محددات مستوي الخسارة المحققة . ومن ثم فأن الاستمرار في الانتاج يكون لصالح المشروع حتي ولو لم يؤدي التي تغطية متوسط التكاليف الكلية ، اي متوسط نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف الكلية ، حيث أن انتاج اي وحدة سوف يتبعه حصول المشروع علي مورد نقدي اعلي أو اكبر من التكلفة المتغيرة للوحدة الواحدة من الانتاج بمعني ان الايراد الخاص بالانتاج الاضافي سوف يسمح علي الأقل بتغطية جزء من النفقات الثابتة .

وفي هذا الاطار ، سوف يقرر المنتج اذا ما كان سوف يتوقف او يستمر في الانتاج طبقا لاتجاهات الاسعار كلما كانت هذه الاسعار اقل او متساوية مع الحد الادني للتكلفة المتغيرة .

- عندما يكون السعر مساويا علي الأقل لأدني تكلفة متغيرة للوحدة ، فأن الاستمرار في الانتاج يسمح بتخفيض مستوي الخسائر التي قد يتعرض لها المنتج بحيث يصبح مقدار الخسائر مساويا للتكاليف الثابتة ، إي ان الخسائر بسبب عدم إستطاعة المنتج تغطية التكاليف الثابتة . ومن ثم تكون هذه الخسائر بمثابة الخسائر الطارئة اي الوقتية ، بحيث يمكن ان تزول تماما ، وهذا ما توضحه دالة العرض في خلال الأجل القصير .

- أما في حالة ما إذا كان السعر اقل من الحد الأدني للتكلفة المتغيرة للوحدة الواحدة من الانتاج فليس من مصلحة المنتج الاستمرار في الانتاج ولذلك يتعين علي المنتج الرشيد التوقف عن الانتاج .

وفي النهاية نجد ان منحني العرض في الاجل القصير يكون

$$P < m,n\ CVN \longrightarrow Q=O$$

$$P > m,n\ CVN \longrightarrow Q = g(cm)$$

حيث ان : الكمية المعروضة =Q تكون دالة للتكاليف الحدية

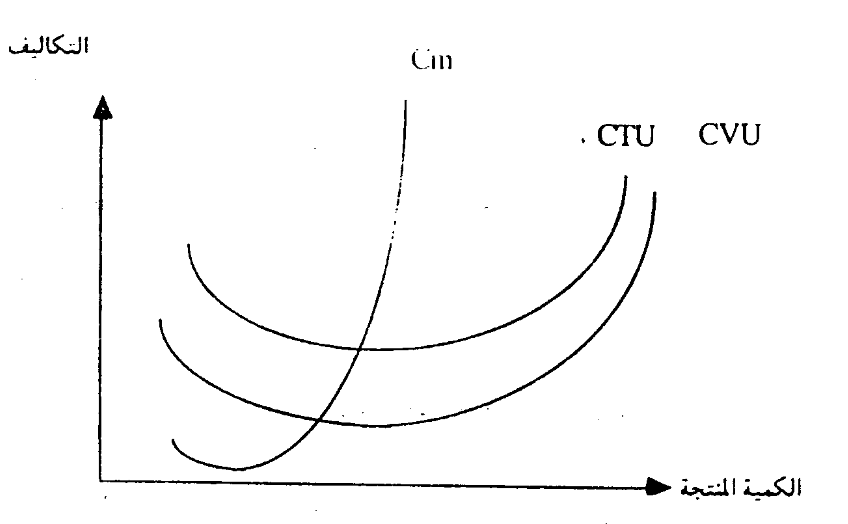
ومن ثم فأن المنتج من مصلحته الاستمرار في الانتاج حتي يتعادل السعر مع التكلفة الحدية، فبعد هذا الحد لابد للمنتج ان يتوقف عن الانتاج .

وبذلك نجد ان منحني العرض يمكن ان يتمثل في جزءين .

- المنطقة العمودية أو الرئيسية والتي تمثل انعدام العرض بالنسبة لاي مستوي من الاسعار أقل من التكلفة المتغيرة للوحدة CVU .

- المنطقة الخاصة بمنحني التكاليف عندما تكون هذه التكلفة اعلي من أدني قيمة تصل اليها التكلفة المتغيرة للوحدة عند المستويات المختلفة من الأسعار .

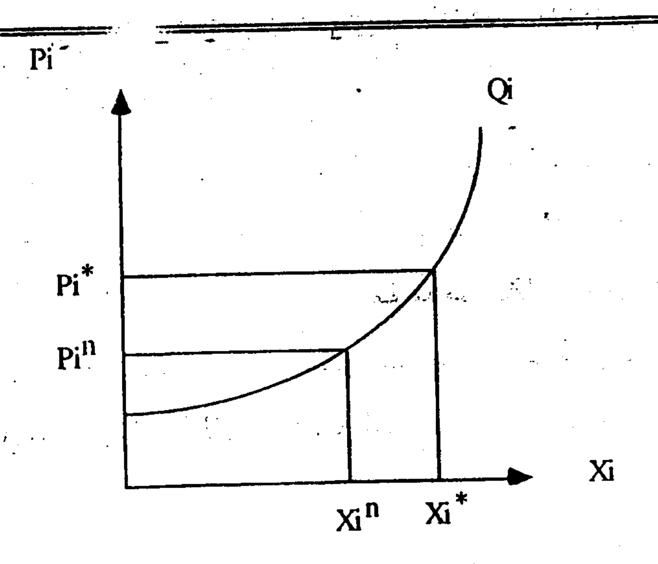
والشكل التالي يوضح هذه الظاهرة :



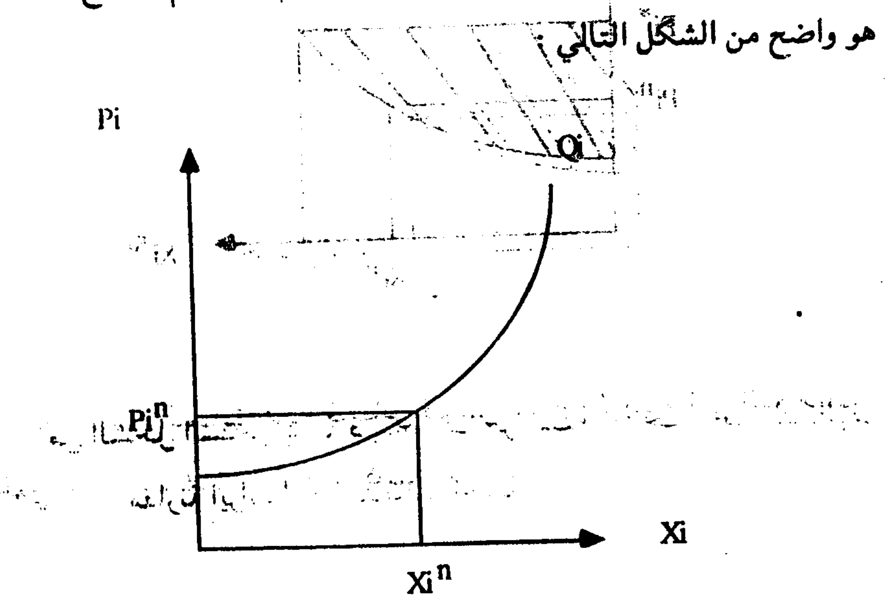
والأن يمكنا القول إن دالة العرض تمثل في

$$Xi = Xi\ (Pi)$$

ويمكن تمثيلها بيانيا بالشكل التالي :

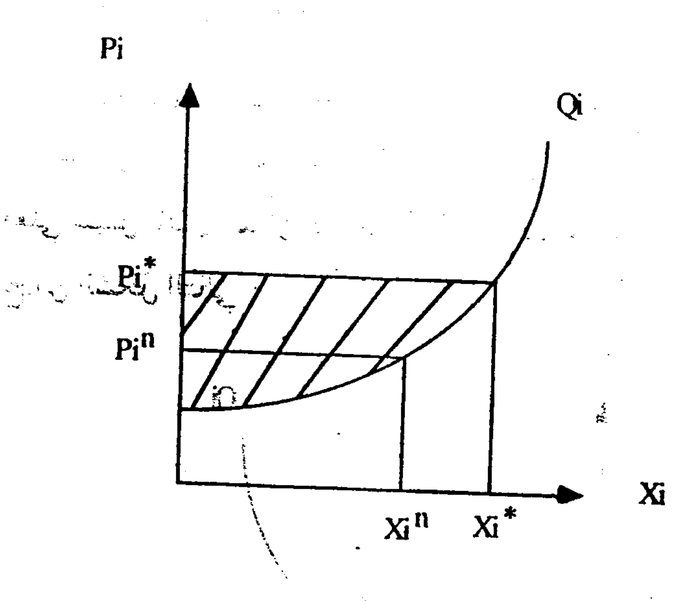


من الشكل السابق نجد ان منحني العرض والذي يمثل لنا دالة العرض ، يوضح لنا مستويات الاسعار التي يمكن ان يبيع بها المنتج كل وحدة من انتاجه فعلي سبيل المثال نجد ان الاسعار Pi^n بالنسبة لحجم الانتاج مثلما هو واضح من الشكل التالي :



٣- فائض المنتج: Le surplus de producteur

يمكن تعريف فائض المنتج بأنه يمثل المزايا التي يحققها او يحصل عليها المنتج وذلك من خلال بيع انتاجه بسعر أعلي من السعر الذي كان يتوقعه المنتج فعلي سبيل المثال لو كان سعر السوق لسلعة ما هو PXi ، وان المنتج كان علي استعداد لعرض الكمية Xi ويبيعها عند هذا السعر ومن ثم فأن فائض المنتج يمثل بالمساحة المخططة في الشكل التالي :



من الشكل السابق يمكنا قياس فائض المنتج بالرجوع الي التكاليف الحدية اي مقارنة ايراده الحدي بتكلفته الحدية .

- فاذا افترضنا ان السعر قد تحدد عند Pi^n

- ان فائض المستهلك يتمثل بالنسبة للوحدة الواحدة، الفرق بين الاسعار السائدة أي السعر السائد للوحدة الواحدة والتكلفة الحدية .

٣- حالات الانتاج في الفترة القصيرة :

أ- تدنية الخسارة في خلال الفترة القصيرة

كما سبق وذكرنا ان المشروع يستطيع ان يختار حجم الانتاج الذي يسمح له بتعظيم ارباحه وتحقيق الأرباح الاقتصادية في خلال الفترة القصيرة . إلا ان المشروع لا يستطيع دائما تحقيق ذلك وخصوصا في ظل المنافسة الكاملة حيث لا يمكن لأي مشروع فردي التحكم في الاسعار، وخصوصا أن هذه الأسعار قد تنخفض في بعض الأحيان بحيث يصعب تحقيق أي ارباح عند أي مستوى من مستويات الإنتاج لبعض المشروعات الفردية[1] ومن ثم فإن استمرارية الخسارة التي تلحق بهذه المشروعات يجعلها أمام اختيارين :

- أما ان تستمر وتتحمل مزيد من الخسائر .

- أو تعلن إفلاسها وتتوقف تماما عن الإنتاج.

ولكن لو اختارت المشروعات الحل الثاني فإنها لا تستطيع أن تنسحب

(١) وهذه المشروعات يطلق عليها المشروعات الحدية والتي لا يستطيع الصمود والاستمرار في الانتاج في ظل ظروف استمرار انخفاض الاسعار لان تحقيقها للخسارة المثالية سيجعلها تنسحب من مجال الإنتاج .

من مجال الإنتاج في خلال الفترة القصيرة ، وذلك لأن هذه الفترة قد تكون قصيرة جدا بالقدر الذي لا يسمح للمشروع بالإنسحاب .

أ-١- التكاليف الثابتة وتدنية الخسائر

من المنطقي أن ننصح المشروعات التي تتعرض للخسائر بشكل كبير أن تتوقف عن الانتاج ولا تستمر في الإنتاج في ظل ظروف الخسائر المتوالية عليها . ولكن قبل إبداء هذه النصيحة لابد أن نتذكر أن هذه المشروعات تتحمل نوعين من التكاليف في خلال الفترة القصيرة هي :

- تكاليف ثابتة - تكاليف متغيرة

وبالنسبة للتكاليف الثابتة فهي مفروضة علي المشروع حتي لو توقف عن الإنتاج فلابد أن يتحملها ويسددها بانتظام .

اما التكاليف المتغيرة فهي ترتبط بالتغير في حجم الإنتاج بمعني انها تتزايد بزيادة الإنتاج وتنخفض بانخفاضه .

ومن ثم فلو توقف المشروع عن الإنتاج ، فلابد أن يدفع أقساط التأمين، الضرائب علي الأصول الثابتة - فوائد وأقساط الديون إلي غير ذلك .

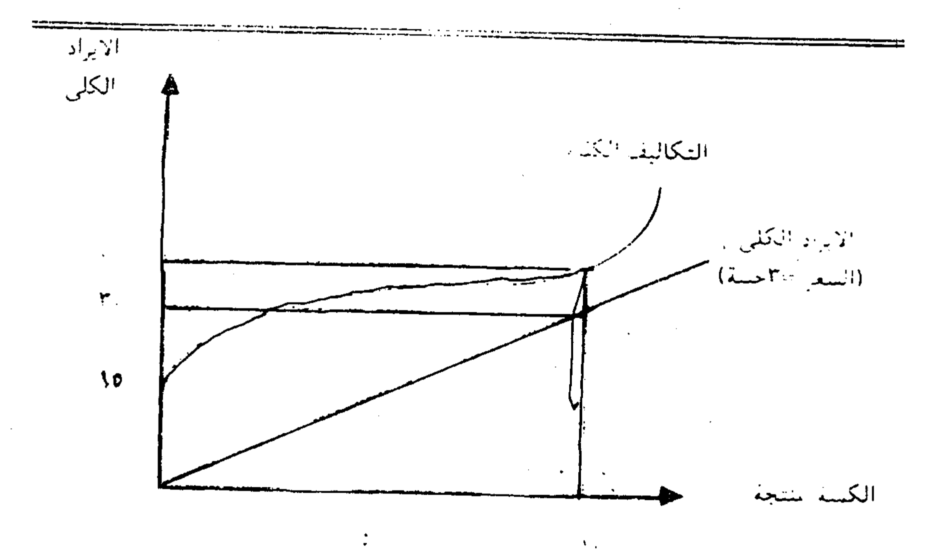
ولذلك فإن أي مستوي للإنتاج يسمح للمشروع بتغطية التكاليف الثابتة

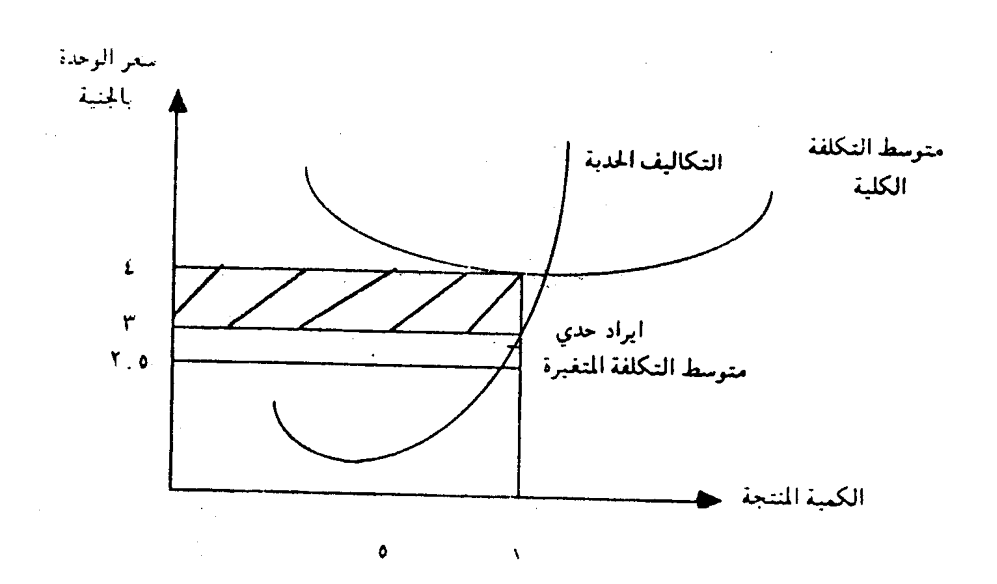
يعتبر أفضل بكثير من التوقف ، لأنه في حالة التوقف سوف يضطر المشروع للاقتراض بمعدل أكبر لتغطية نفقاته الثابتة أو سيضطر لتصفية أصوله الثابتة لمواجهة هذه الأعباء الثابتة والتي يجب دفعها سواء كان إنتاج المشروع كبير او صفر . وبذلك إذا استطاع المشروع من خلال تحديده حجم معين من الإنتاج يسمح له بتغطية تكاليفه المتغيرة وجزء من تكاليفه الثابتة ، فإن سينجح في تدنية مستوي خسائره **ومن ثم يمكن القول ان المشروع يستطيع ان يستمر في زيادة إنتاجه طالما أن ايراداته الكلية تكون اكبر من التكاليف المتغيرة لهذا الإنتاج .**

أ-٢- الإنتاج في ظل تدنية الفرق بين التكاليف الكلية والإيراد الكلي

إن استراتيجية اي مشروع فردي لتدنية خسائر في خلال الفترة القصيرة توضحها من خلال الشكل التالي الخاص بمنحنيات التكلفة الكلية والإيراد الكلي . ولكن نلاحظ أن منحني التكلفة الكلية يقع أعلي منحني الإيراد الكلي عند جميع مستويات الإنتاج . وإن المسافة الرأسية بين المنحنين تقيس لنا الخسارة التي يتعرض لها المشروع عند كل مستوي من مستويات الإنتاج

فإذا لم ينتج المشروع شيئا فإن الخسارة سوف تتحدد عند ١٥جنية وهي التكلفة الثابتة فقط . والمسافة بين هذا المنحنيات سوف تنخفض وتنكشف عند مستوي الإنتاج الذي يتحدد بـ ١٠ حيث أن الخسارة ستكون ١٠جنيهات ، بدلا من ١٥ جنية .


الايراد
الكلى
التكاليف الكلية
الايراد الكلى
(السعر =٣جنية)
٣٠
١٥
الكمية منتجة


سعر الوحدة
بالجنية
التكاليف الحدية
متوسط التكلفة
الكلية
٤
٣
٢.٥
ايراد حدي
متوسط التكلفة المتغيرة
الكمية المنتجة
٥
١

وفي هذا الرسم نجد أن التكلفة الكلية تكون دائما أكبر من الإيراد الكلي ولذلك يعاني المشروع من الخسارة عند كل مستوي من مستويات الإنتاج وذلك في الشكل العلوي . كما أن الخسارة قد وصلت إلي أدني مستوي لها وهو الفرق بين ٤٠، ٣٠ جنية وذلك عند ١٠وحدات من الإنتاج .

أما الشكل الأسفل فهو يوضح لنا مستوي التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي عند النقطة e ومن ثم فإن:

الخسارة = ١٠(حجم الإنتاج) × الفرق بين (٤-٣)

ونظرا لأن الأسعار أكبر من متوسط التكلفة المتغيرة فمن مصلحة المشروع الاستمرار في الإنتاج في الأجل القصير .

ب- الإنتاج في ظل تساوي التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي

يمكن للمشروع الذي يعاني من خسائر في الأجل القصير تدنية مستوي هذه الخسائر والاستمرار في زيادة الإنتاج طالما ان الإيراد الحدي أكبر من التكلفة الحدية وأن الأسعار تكون أعلي من متوسط التكاليف المتغيرة . وهنا نجد أن منحني الإيراد الحدي يتقاطع مع منحني التكلفة الحدية عند النقطة e وذلك عندما يكون السعر ٣جنية للوحدة وحجم الإنتاج يتحدد بـ١٠وحدات في خلال الفترة محل البحث .

وعند هذا المستوي من الإنتاج نجد أن متوسط التكلفة الكلية يكون ٤جنية ومتوسط التكلفة المتغيرة يكون ٥, ٢جنية ولذلك فإن الفرق بينهما (٤-٥, ٢=٥, ١جنية) سوف يمثل متوسط التكلفة الثابتة (٥, ١) وطالما أن السعر (٣جنيهات) يكون أكبر من متوسط التكلفة المتغيرة (٥, ٢) فإن المشروع يستطيع تغطية نفقاته المتغيرة وجزء من نفقاته الثابتة وهذا معناه تحمل المشروع لخسارة قدرها ١جنية للوحدة وإذا حاولنا معرفة الخسارة الكلية فسوف نضرب ١جنية خسارة الوحدة × عدد الوحدات .

١×١٠=١٠جنية

وتتضح هذه الخسارة في الشكل السابق (الأسفل)وذلك من خلال المستطيل المظلل.

أما لو توقف المشروع عن الإنتاج تماما فإن الخسارة سوف تكون ١٥جنية خلال الفترة ، لذلك فإن مستوي الإنتاج عند ١٠وحدات يكون معدل توازن المشروع في الأجل القصير عندما يكون سعر السوق للوحدة الواحدة ٣جنيهات.

ج- التوقف عن الإنتاج في الفترة القصيرة

إذا استطاع المشروع أن يغطي تكاليفه المتغيرة وجزء من تكاليفه الثابتة

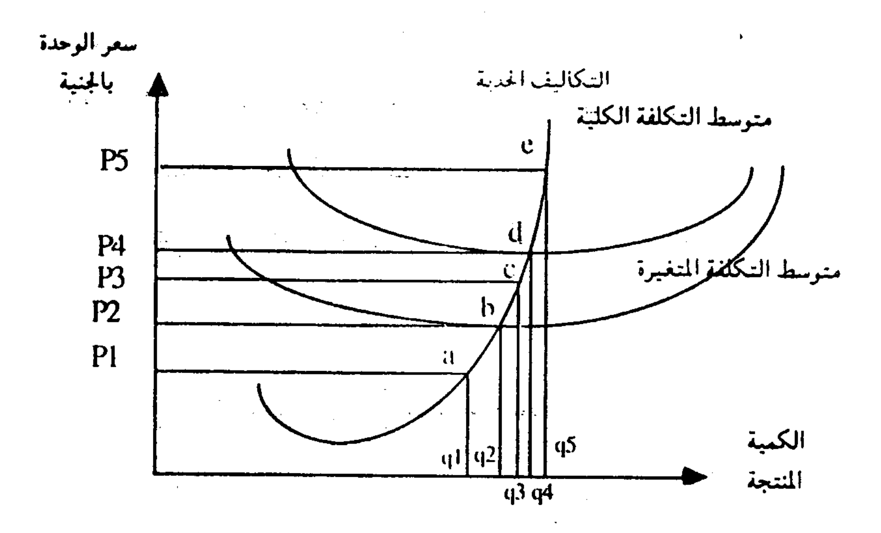
في خلال الفترة القصيرة فإنه من الأفضل أن يستمر في الإنتاج بدلا من أن يتوقف عن الإنتاج . أما إذا كانت التكاليف المتغيرة تزيد بدرجة أكبر من الدخول المتولدة عند كل مستوي من مستويات الإنتاج الخاصة بالمشروع فإن هذا المشروع سوف يتحمل خسارة تساوي مقدار التكاليف الثابتة مضافا اليه الجزء الذي يصعب تغطيته من التكاليف المتغيرة ولذلك فإذا انخفضت الأسعار بدرجة أكبر من أدني نقطة علي منحني التكاليف المتغيرة . فإنه سوف لا يستطيع ان يغطي حتي ولو جزء من تكاليفه الثابتة ولذلك سوف يتوقف المشروع تماما عن الإنتاج .

٤-منحنيات العرض الخاصة بالمشروع وبالقطاع في الأجل القصير :

مما لا شك فيه أن أي مشروع يسعي الي تغير مستويات إنتاجه تبعا للتغيرات في أسعار منتجاته والتي تتحدد أصلا بعيدا عن قراراته ومن خلال قوي السوق . فإذا كانت هذه الأسعار تسمح للمشروع بتغطية تكاليفه المتغيرة ، فإن المشروع سوف يستمر في زيادة إنتاجه طالما أن إيراداته الحدية اعلي من تكاليفه الحدية ، وكذلك فسوف يلجأ المشروع لتخفيض إنتاجه في حالة ما أذا كانت تكاليفه الحدية أعلي من ايراداته الحدية ، وإذا انخفضت الأسعار بحيث أصبحت أقل من التكاليف المتغيرة فإن المشروع سوف يخفض إنتاجه الي ان يصل الي الصفر . وسف نحاول تلخيص اثر تغير

الأسعار علي مستويات إنتاج المشروع من خلال الشكل التالي :

القرارات الخاصة بمستويات الإنتاج في الأجل القصير .



من الشكل السابق يتضح لنا :

- النقاط a, b, c, d وايضا النقطة e تمثل جميع التقاطعات الخاصة بمنحني التكلفة الحدية للمشروع مع مختلف منحنيات الإيراد الحدي له (ولنتذكر ان هذا المشروع يعمل في ظل المنافسة الكاملة حيث ان منحني الإيراد الحدي يمثل في نفس الوقت منحني السوق علي منتجات هذا المشروع وأيضا منحني الإيراد المتوسط لهذا المشروع .

في حالة المنافسة الكاملة نجد أن :

منحني الإيراد الحدي هو نفس منحني طلب السوق هو نفس منحني الإيراد المتوسط .

- عند السعر p1 حيث ينخفض السعر فإن المشروع سوف يتوقف تماما عن الإنتاج لأن أي زيادة في الإنتاج سوف يترتب عليها إيراد لا يكفي لتغطية النفقات المتغيرة .

- عند السعر P2 فإنه يستوي للمشروع ان يتوقف عن الإنتاج أو ينتج الكمية q2 وخصوصا أن الخسارة الناتجة من التوقف عن الإنتاج سوف تساوي قيمة التكاليف الثابتة .

- أما اذا كان السعر P3 فإن المشروع سوف ينتج q3 وسوف يقبل تحمل الخسارة لأنها سوف تكون أقل بكثير من الخسارة المترتبة عن توقفه عن الإنتاج .

- وعند السعر P4 سوف يضطر المشروع لإنتاج الكمية وذلك لأن متوسط التكلفة الكلية سيتساوي مع السعر وهنا نجد ان المشروع سوف يستطيع تحقيق الأرباح العادية .

- اما لو ارتفع السعر الي P5 فان المشروع سوف يحقق الربح الاقتصادي

ا- منحنيات عرض المشروع

طالما ان السعر يرتفع بحيث يغطي متوسط التكلفة المتغيرة . فإن المشروع سوف يعرض الكمية التي تتحدد بتقاطع منحنيات التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي .

ومن ثم فإن المنطقة التي يتزايد فيها منحني التكلفة الحدية بحيث يصبح اعلي من ادني نقطة لمنحني متوسط التكلفة المتغيرة فإنها تمثل منحني عرض المشروع في الآجل القصير وفي الشكل السابق نجد أن هذه المنطقة تتمثل في الجزء العلوي من منحني التكلفة الحدية والذي يتمثل في النقطة b حيث ان المنحني الذي يبدأ من النقطة b وينتهي بعد النقطة e هو منحني عرض المشروع في الأجل القصير .

ويشير منحني عرض المشروع في الأجل القصير إلي الكميات التي يرغب ويستطيع المشروع في عرضها ، خلال الفترة القصيرة عند المستويات المختلفة من الأسعار .

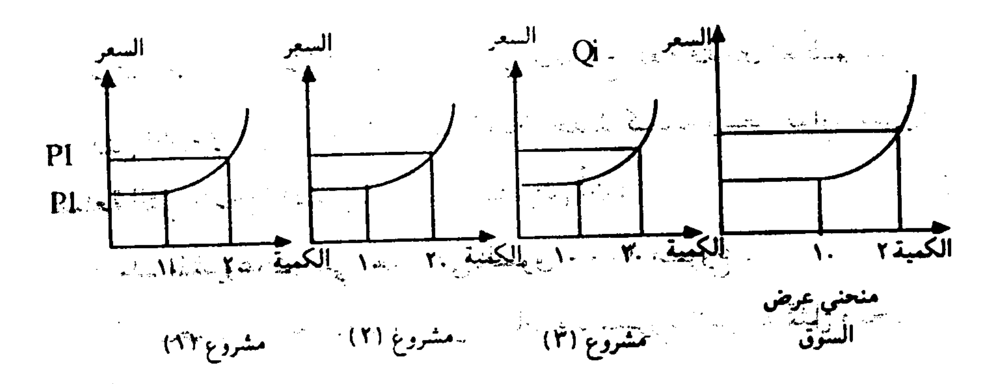
ولذلك فإذا كان السعر p2 فان الكمية المعروضة =صفر . ومن ثم فإن الكمية المعروضة عند مستوي الأسعار p2 أو أعلي تتحدد بتقاطع منحني

الطلب علي منتجات المشروع مع منحني التكلفة الحدية الخاص بالمشروع .

ب- منحني عرض القطاع او الصناعة

يمكنا تمثيل هذا المنحني بيانيا في الشكل التالي وهذا المنحني يمثل لنا منحنيات العرض الخاصة بالصناعة أو القطاع عندما يتكون القطاع أو الصناعة من ٣ مشروعات فقط ، حيث تكون منحنيات التكاليف الحدية لهذه المشروعات متماثلة ومنحنيات عرض القطاع تمثل في الحقيقة منحنيات عرض السوق .

مجموع منحنيات العرض الفردية والتي تشكل منحني عرض السوق .



من الشكل السابق نجد أنه:

- عندما يكون السعر أقل من p فإن عرض الخسارة سوف ينعدم =صفر

- أما عند السعر p فإن كل مشروع من المشروعات الثلاث سوف يعرض ١٠ وحدات من السلعة ومن ثم سيصبح عرض السوق = ٣٠وحدة (١٠×٣)

- وإذا ارتفع السعر بحيث وصل إلي P1 فإن هذا الارتفاع سيدفع كل مشروع لزيادة انتاجه بحيث يصل إلى ٢٠ وحدة وبذلك يصبح المعروض الكلي ٦٠ وحدة .

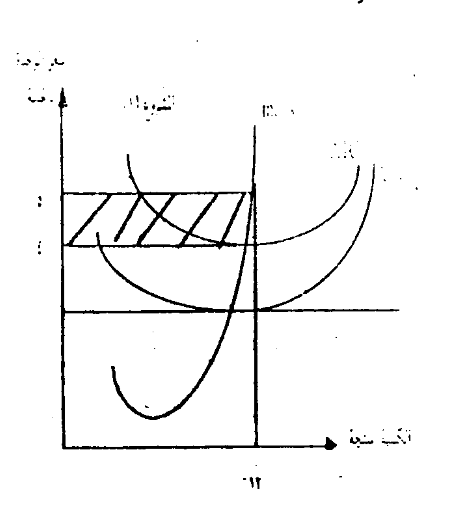
ج- عرض المشروع وتوازن السوق

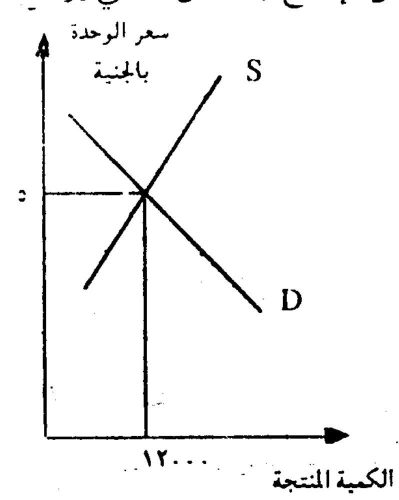
سوف نحاول من خلال الشكل التالي توضيح العلاقة بين تعظيم ارباح المشروع الفردي في الفترة القصيرة وبين تحديد كمية وسعر توازن سوق السلعة التي ينتجها المشروع . حيث سنفترض أن :

- عدد المشروعات التي تعمل في السوق ١٠٠٠ مشروع .
- أن مجموع منحنيات العرض الخاصة بالمشروع الفردية تمثل منحني السوق .
- أنه عند السعر ٥جنية للوحدة فإن كل مشروع سوف ينتج ١٢وحدة ومن ثم فإن أجمالي المعروض سوف يكون (١٠٠٠×١٢) ١٢٠٠٠ وحدة .

– وفي خلال الفترة القصيرة ، فإن كل مشروع يحقق أرباح يمكن تمثيلها بالمستطيل المخطط .

– إن جميع المشروعات يمكنها تعظيم ربحيتها أو تدنية خسائرها في الأجل القصير من خلال تسوية مواردها المتغيرة ، وعندما تبدأ الخسارة في الظهور فإن كل مشروع سوف يفاضل بين تدنية خسائرة أو التوقف الوقتي عن الإنتاج والشكل التالي يوضح هذه الظاهرة .





من الشكل السابق نجد أن :

– منحني عرض السوق S في الجانب الايمن من الرسم يوضح لنا المجموع الأفقي لمنحنيات عرض المشروعات التي تعمل في القطاع .

- أن تقاطع هذا المنحني S مع منحني السوق D يحدد سعر السوق عند ٥ جنيهات وهذا يؤكد أزدياد درجة مرونة طلب السوق علي منتجات المشروع .

- وهذا المشروع الفردي سوف ينتج ١٢وحدة (حينما تكون التكلفة الحدية للإيراد الحدي =٥جنية) وهو ما يحقق أرباحا اقتصادية قدرها ١جنية للوحدة أي ١٢ جنية لـ ١٢وحدة .

٥- المنافسة الكاملة في الفترة الطويلة :

لقد سبق وذكرنا انه في خلال الفترة القصيرة توجد عوامل إنتاج أو موارد متغيرة وعوامل أو موارد أخري ثابتة . أما في الأجل الطويل أي في خلال الفترة الطويلة ، فإن للمشروعات كامل الحرية في الدخول أو الخروج وأيضا تسوية أوضاعها بما يسمح لها أن تواءم بين الحجم الأمثل والمستوي المطلوب من الانتاج . وبذلك فلا يوجد أي تفرقة بين التكاليف أي لا يوجد ما يطلق عليه بالتكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة ، حيث تصبح جميع أنواع التكاليف تحت سيطرة المشروع .

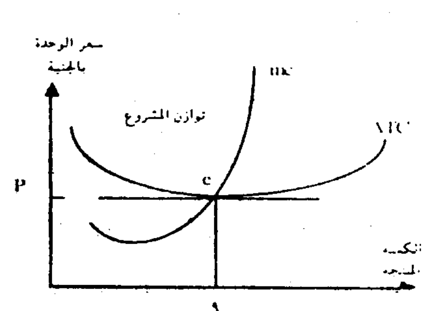
ومن ثم تصبح جميعها من قبيل التكاليف المتغيرة حيث تزداد قدرة المشروع علي مواءمتها أو تغيرها طبقا لمستويات انتاجه .

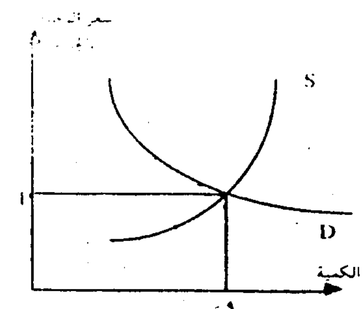
وفي خلال الأجل الطويل أيضا، تصبح الأرباح الإقتصادية اداة لجذب مزيد من المشروعات لدخول الصناعة أو القطاع أو أحد المجالات الإنتاجيه المحددة ، وفي نفس الوقت تسمح أيضا للمشروعات الموجودة بالفعل من التوسع في إنتاجها سواء بزيادة خطوط إنتاج جديدة أو بكفاءة الإنتاج ودرجة جودته وبذلك نجد أن هذه الأرباح تغري الموارد الاقتصادية بالتحول من الصناعات التي تحقق الأرباح العادية فقط الي تلك الصناعة التي تحقق الأرباح الاقتصادية .

ونتيجة لذلك فإن زيادة عدد المشروعات أو اتساع حجم المشروعات الأخري سوف يؤدي الي زيادة عرض السوق في الأجل الطويل ، وهذه الزيادة سوف يدفع الأسعار إلي الانخفاض ، مما يخفض الأرباح الاقتصادية المحققة، ،هنا نجد أن المشروعات الجديدة سوف تستمر في دخول هذا القطاع طالما كان يسمح لها بتحقيق الأرباح الاقتصادية ، أي طالما كان الربح الاقتصادي ذات قيمة موجبة إلا أن انخفاض هذه الأرباح وصولا إلي الصفر سيدفع المشروعات الجديدة إلي الاحجام عن دخول هذه الصناغة وأيضا تضطر المشروعات الموجودة فعلا الي تخفيض إنتاجها وبذلك نجد دخول المشروعات الجديدة سوف يؤدي الي استبعاد الربح الاقتصادي .

ا- انعدام الربح الاقتصادي في الأجل الطويل

لقد سبق وذكرنا أن أي مشروع في خلال الفترة الطويلة يسعي إلي تحقيق الأرباح العادية ، حيث يصبح هذا الهدف من الأساسيات التي يستند عليها القرار الإنتاجي طويل الأجل . والشكل التالي يوضح توازن المشروع الفردي وكذلك توازن السوق في الاجل الطويل ففي الأجل الطويل نجد أن عرض السوق يتغير كلما دخل أو خرج أي مشروع جديد من السوق حيث أن الدخول أو الخروج يؤثر في اتساع السوق ، وهذه العملية تستمر حتي يتقاطع منحني عرض السوق مع منحني طلب السوق عند السعر الذي يساوي أدني نقطة عند منحني التكلفة المتوسطة لكل مشروع .





ومن الرسم السابق نجد :

- أن التغير في السعر سوف يسمح بتغير منحني عرض السوق وذلك كرد فعل المشروعات لزيادة أرباحها او تدنية خسائرها .

- أن ارتفاع السعر سوف يتولد عنه الربح الاقتصادي مما يشجع المشروعات الجديدة الي دخول هذه الصناعة

- انخفاض السعر سوف يترتب عليه زيادة الخسائر التي تتحملها المشروعات مما يسبب خروج بعض المشروعات من الصناعة .

وبذلك نجد أن المنافسة في الأجل الطويل تستنزف الربح الاقتصادي حتي يصل الي الصفر ، وذلك لأنه في خلال الفترة الطويلة تستطيع المشروعات السيطرة والتحكم في الموارد الاقتصادية المتغيرة بحيث تصبح جميع التكاليف التي تتحملها المشروعات تكاليف متغيرة وفي هذا الاطار تسعي المشروعات لتعظيم أرباحها .

ومن ثم فإن المشروعات التي تفشل في تدنية تكاليفها سوف لا تستطيع الاستمرار في مجال الإنتاج علي مدار الأجل الطويل .

وفي الشكل السابق نجد أن النقطة e **تعكس لنا توازن المشرع حيث ينتج المشروع الكمية q وهذه الكمية تحقق له الأرباح العادية كما أنه عند هذه النقطة e. تتساوي التكاليف الحدية قصيرة الأجل مع متوسط التكلفة الكلية في الأجل القصير ومتوسط التكلفة الكلية في الأجل الطويل . وهنا سوف لا يوجد أي مشروع يرغب في تغيير مستوي إنتاجه . وايضا فإن هذا الموقف لا**

يغري اي مشروع جديد علي دخول مجال الإنتاج حيث ان المشروعات القائمة بالفعل تحقق الارباح العادية وليست الارباح الاقتصادية .

وهناك طريقة واحدة لفهم عملية المنافسة في الأجل الطويل ، وهو أن تأخذ في الاعتبار المجالات الجديدة ، مثل الفيديو حيث أدي ظهور الفيديو إلي انتشار نوادي تأجير أفلام الفيديو بشكل كبير وفي البداية كان لابد أن يدفع العميل مبلغ معين عند بداية الاشتراك يتمثل في تأمين نقدي لكل مشترك ، هذا الي جانب سعر تأجير الفيلم وهذا ما أدي الي تحقيق هذه النوادي للأرباح الاقتصادية في الأجل القصير وفي الأجل الطويل فإن هذه الأرباح قد شجعت الآلاف من الأفراد لارتياد هذا المجال وفتح نوادي جديدة للفيديو بالقدر الذي جعلها تنتشر بصورة سريعة وتتزايد اعدادها بشكل كبير ، والنتيجة النهائية لهذا التزاحم علي دخول هذا المجال هو انخفاض اسعار تأجير الأفلام وعدم مطالبة العملاء بدفع مبلغ التأمين المقدم مما أدي إلي اختفاء الأرباح الإقتصادية التي وصلت للصفر وأصبحت الأرباح العادية هي السائدة .

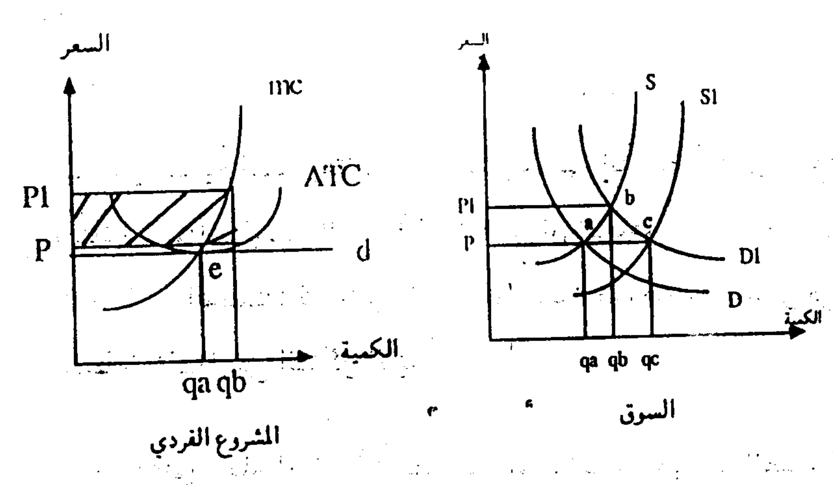
ب- ميكانيكية التوازن في الأجل الطويل

لتفسير ميكانيكية التوازن في الأجل الطويل ، سوف نفترض أن المشروعات مجتمعة أو الصناعة ككل سوف تستجيب لأي زيادة في الطلب

علي منتجاتها ، ولنفترض أن التكاليف التي تواجه كل مشروع فردي لا تعتمد علي عدد المشروعات داخل الصناعة (وهذا الفرض سنتخلي عنه فيما بعد).

ب-١- أثر زيادة الطلب

سوف نحاول توضيح هذه الظاهرة في الشكل التالي والذي يوضح لنا **توازن السوق في الاجل الطويل** ، وهو ما يتحدد بتقاطع منحني طلب السوق مع منحني عرض السوق عند النقطة a .



من الرسم السابق يتضح لنا الآتي :

- عند السعر p فإن الكمية المعروضة والمطلوبة تكون qa في الشكل الايمن .

- إن الكمية المعروضة من جانب المشروع الفردي عند هذا السعر تكون

qa وهذا السعر يحقق أرباحا عادية .

- إذا افترضنا أن طلب السوق علي هذه السلعة قد تزايد من D الي D1 مسببا ارتفاع في أسعار السوق في الأجل القصير ليصل السعر الي P1.

- أن كل مشروع سوف يستجيب لزيادة الأسعار بالتوسع في إنتاجه علي طول منحني العرض في الفترة القصيرة حتي يصل الإنتاج إلي qb . وهذا هو المستوي الذي يتساوي فيه التكلفة الحدية علي السعر المرتفع (الايراد الحدي للمشروع).

- ونظرا لان جميع المشروعات سوف تتوسع في إنتاجها فإن انتاج الصناعة سيتزايد ليصل الي QC ، لا يمكن ان نتجاهل أن المشروع في خلال الفترة القصيرة قد حقق الأرباح الاقتصادية وهو ما يتمثل في المستطيل المظلل في الشكل الأيمن .

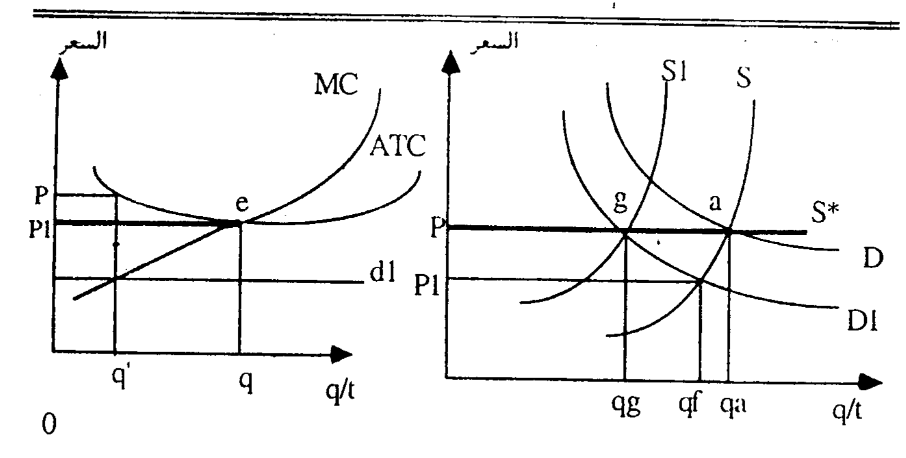
وفي الأجل الطويل فإن الموارد الاقتصادية سوف تتجه نحو هذه الصناعة التي تحقق الأرباح الاقتصادية (حالة نوادي الفيديو) بالقدر الذي يؤدي الي انخفاض السعر وتحول الأرباح إلي أرباح عادية فقط أو خسائر في بعض الأحيان لو استمرت المشروعات في زيادة انتاجها .

وجدير بالذكر ان استمرار وجود الأرباح الاقتصادية ، معناه استمرار دخول المشروعات الجديدة إلي هذه الصناعة وهذا ما سيدفع منحني عرض السوق إلي الانتقال من S الي S1 وبتقاطعه مع منحني الطلب D1 عند النقطة C فإن هذا سيعيد الأسعار الي مستوي التوازن الأصلي أي عند السعر P.

ونظرا لانخفاض سعر السوق فإن منحني الطلب الذي يواجه المشروع الفردي سوف ينتقل من d الي d1 وهو ما يعني أن المحصلة النهائية هي تخفيض كل مشرع لانتاجه من qb الي qa ولذلك فإن اسعار السلع في الأجل الطويل تتحدد بالنقاط الدنيا علي منحني متوسط التكلفة في الأجل الطويل وعلي الرغم من أن الانتاج الكلي يتزايد من qa الي qb فإن كل مشروع سوف يعمل علي تخفيض إنتاجه بحيث يعود إلي المستوي qa .

ب-٢- أثر انخفاض الطلب

إذا افترضنا أن الطلب قد انخفض فإن التوازن سوف يتحقق بتلاقي منحنيات العرض مع منحنيات الطلب الجديدة كما هو موضح بالشكل التالي :



من الشكل السابق نستخلص :

- أن منحني عرض السوق ومنحني طلب السوق قد تقاطعا عند النقطة a وبذلك اصبح سعر التوازن هو p وكمية التوازن هي qa وهذا التوازن يمثل لنا التوازن في الأجل الطويل ، حيث أن كل مشروع يحقق الأرباح العادية من خلال انتاجه التي يتحدد عندما يتساوي : - **السعر = التكلفة الحدية قصيرة الأجل = متوسط التكلفة الكلية قصيرة الأجل = متوسط التكلفة الكلية طويلة الأجل وهذا ما يتحدد عند معدل الإنتاج a لكل مشروع فردي .**

- وإذا افترضنا انخفاض الطلب علي تلك الصناعة فإنه سيظهر في انتقال منحني الطلب الي أسفل كما هو موضح في الشكل الايسر من D الي D1 وهذا الانخفاض في الطلب سوف يخفض سعر السوق

بحيث يصبح P1 ونتجية لذلك فإن منحني الطلب الذي يواجه كل مشروع سوف ينتقل من d الي d1 ، في **الاجل القصير** سوف يلجأ كل مشروع الي تخفيض انتاجه بحيث يصل إلي 'q أي عندما تتساوي التكلفة الحدية مع السعر المنخفض وهذا يظهر علي مستوي السوق عندما تنخفض الكمية لتصل الي qf.

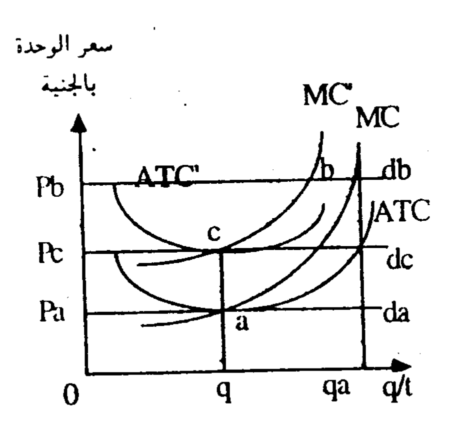
وعند هذا السعر تتحمل المشروعات الخسارة الناتجة من انخفاض السعر بدرجة اكبر من انخفاض متوسط التكلفة الكلية التي تتحملها هذه المشروعات وهذه الخسارة تكون واضحة بالمستطيل الواضح في الشكل السابق . وفي الأجل الطويل فإن هذه الخسارة تدفع المشروعات الحدية للخروج من الصناعة . وخروج العديد من المشروعات من الصناعة سوف يترتب عليه انتقال منحني عرض السوق إلي اليسار ، مما يدفع الأسعار إلي الارتفاع ، إلا أن هذا الارتفاع سوف لايعوض جميع المشروعات عن الخسارة بمعني استمرار بعض المشروعات في تحقيق خسائر وبذلك تبدأ في الانسحاب من مجال الإنتاج وتستمر بعض المشروعات في الخروج من الصناعة حتي ينتقل منحني عرض السوق إلي S1 حيث يتقاطع هذا المنحني مع المنحني D عند النقطة g وهنا نجد أن الإنتاج قد انخفض ليصل إلي qg وأن الأسعار قد عادت إلي المستوي P وحينما يعود السعر إلي P تظل المشروعات الباقية في مجال الإنتاج طالما أنها تحقق الأرباح العادية .

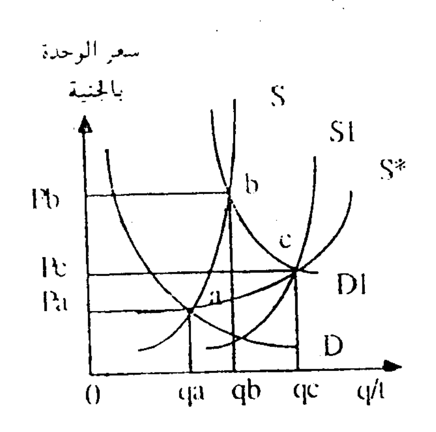
نخلص من ذلك أن عمليات التسويات التي تتم علي مستوي السوق تتم من خلال محاولة كل مشروع تكييف مستوي انتاجه طبقا لمستويات الأسعار التي تسمح له بتحقيق الأرباح العادية وبذلك نجد أن كل مشروع سوف ينتج نفس المستوي وهو q كما كان الحال بالنسبة للتوازن الأصلي ، إلا أن عرض [illegible] سوف ينخفض من qg وذلك لخروج بعض المشروعات الحدية من مجال [illegible]اج .

ج- منحني العرض في الأجل الطويل

لقد سبق وتعرضنا لمنحني عرض المشروع ومنحني عرض الصناعة أو السوق بالنسبة لسلعة معينة - في الأجل القصير وكيفية حدوث التسويات المختلفة والتوازنات المختلفة بين العرض والطلب سواء في الأجل القصير أو في الأجل الطويل . ففي الأجل القصير نجد أن المشروع يوازن منتجاته تبعا لتغيرات الأسعار. ومن ثم تبعا لانتقال منحني الطلب إلي أعلي أو إلي أسفل منحني التكلفة الحدية ، وذلك حتي يتساوي السعر مع التكلفة الحدية أما التوازن في الأجل الطويل فهو يعكس لنا دخول أو خروج عدد من المشروعات وذلك حتي يتولد عن منحني عرض السوق الجديد في الأجل القصير سعر السوق الجديد والذي يساعد المشروعات علي تحقيق الأرباح العادية وليست الأرباح الأقتصادية . وفي الشكلين السابقين حددنا نقطتين للتوازن في الأجل الطويل واللتان تحققتان من خلال انتقال منحني الطلب

ومنحني العرض في الأجل القصير . وفي الحالتين ظل السعر كما هو في الأجل الطويل وبتوسيع نقاط التوازن في الأجل الطويل فقد استطعنا الحصول علي منحني عرض التوازن في الأجل الطويل كما هو الحال في الشكلين التاليين :





من الرسم السابق نجد أن :

منحني العرض في الأجل الطويل يأخذ شكل الخط الأفقي . أي انه لانهائي المرونة بحيث يعكس لنا عدم تغير تكاليف الإنتاج حيث تتجه الصناعة إلي تكييف مستويات انتاجها مع التغيرات في الطلب علي منتجاتها .

ج-١- الصناعات ذات التكلفة الثابتة

إن اتجاه الصناعة لتكيف مستوي إنتاجها مع التغيرات في الطلب بالقدر الذي لا يؤثر علي تكلفة الإنتاج . يطلق عليه ثبات تكلفة الصناعة وذلك لأن منحنيات التكلفة سوف لا تنتقل بالنسبة للصناعة ككل مهما اختلف حجم الانتاج بل ان اسعار الموارد -اي عوامل الإنتاج-وكذلك التكاليف الأخري للإنتاج سوف تظل ثابتة في الأجل الطويل مهما تزايد أو تناقص إنتاج الصناعة ككل . وكما سبق وافترضنا أن تكلفة انتاج كل مشروع لاتعتمد علي عدد المشروعات داخل الصناعة أو القطاع ، ولذلك تظل هذه التكلفة في الأجل الطويل ثابتة مهما كان عدد المشروعات التي تدخل الصناعة ، ولهذا السبب نجد أن منحني عرض السوق في حالة ثبات تكلفة الصناعة يأخذ الخط الأفقي الموازي للمحور الأفقي كما هو واضح في الشكلين السابقين .

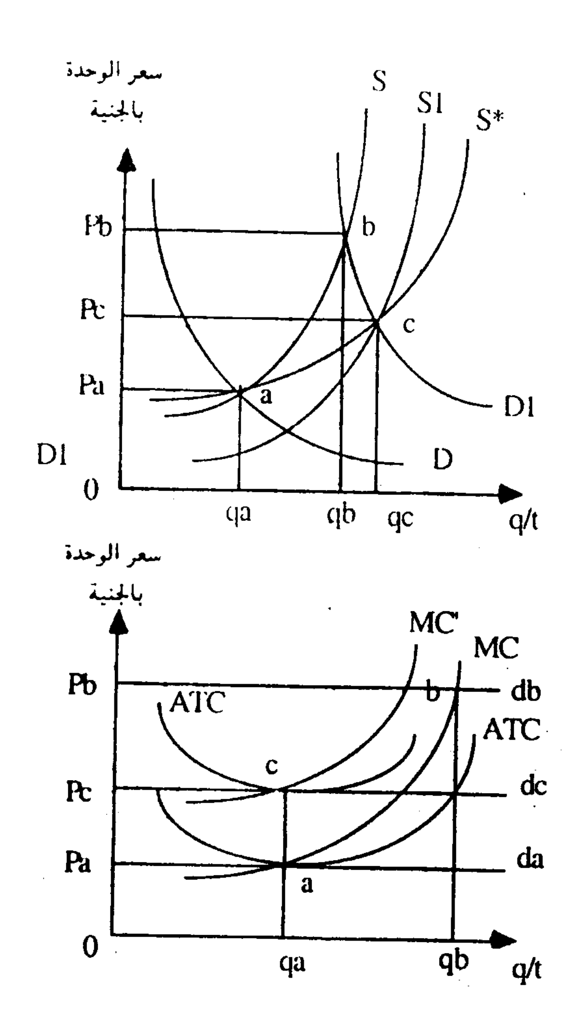
وتتسم الصناعة في هذه الحالة بأنها تستخدم جزء بسيط جدا من الموارد الاقتصادية المتاحة والتي تستخدم كمدخلات أساسية للصناعة . ولذلك فإن الصناعة ليست في حاجة إلي رفع أسعار هذه المدخلات حتي تجتذبها وتبعدها عن الاستخدامات الأخري البديلة ، وذلك لضألة الكمية التي تستخدمها هذه الصناعة والتي لا يمكن أن تؤثر علي السعر . فعلي سبيل المثال نجد أن الصناعة التي تتخصص في إنتاج الأقلام الرصاص يمكن أن

تتوسع في إنتاجها بدون المزايدة علي اسعار الخشب ولا الجرافيت ولا المط... الصناعي طالما أن القدر المستخدم من هذه المواد في صناعة الأقلام الرصاص يمثل نسبة ضئيلة ومحددة جدا من الموارد المتاحة في سوق عوامل الإنتاج .

ج-٢- الصناعات ذات التكاليف المتزايدة

توجد بعض الصناعات التي تتعرض لتزايد مستوي تكاليفها تبعا لتزايد حجم إنتاجها وذلك في خلال الأجل الطويل . وتزايد تكلفة هذه الصناعات تتطلب المزايدة علي اسعار المدخلات وذلك من اجل زيادة او التوسع في المخرجات (زيادة حجم الانتاج يؤدي الي الزيادة في التكاليف تدفع منحني تكلفة كل مشروع إلي الانتقال إلي أعلي) . فعلي سبيل المثال نجد أن التوسع في صناعة البتروكيماويات سوف يؤدي إلي سعي المشروعات إلي رفع المرتبات والحوافز للمهندسين الكيميائيين ، ومهندسي البترول والجيولجيين والفنيين وهذا سوف يؤدي إلي تزايد التكلفة الحدية لكل مشروع نتيجة للتوسع في إنتاجه .

وحتي يمكنا تحديد عملية التسويات التوازنية في حالة تزايد تكلفة الصناعة ، فسوف نبدأ بالتوازن في الأجل الطويل كما هو موضح بالشكل التالي :



من الشكل السابق يتضح لنا :

- أن منحني الطلب علي منتجات هذه الصناعة قد تقاطع مع منحني

عرض هذه الصناعة الخاصة بالأجل القصير وذلك عند نقطة التوازن a محددا سعر التوازن Pa وكمية التوازن Qa

- حينما يصل السعر الي Pa فإن كلا من منحني الطلب ومنحني الإيراد الحدي لكل مشروع يتمثلان في da وذلك في الشكل الثاني .

- إن جميع المشروعات قد سعت إلي تحديد مستوي انتاجها عند الكمية التي تسمح لها بتساوي الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية .

- إن q أصبحت تمثل المستوي التوازني للإنتاج حيث يحاول المشروع الوصول الي ادني نقطة علي منحني التكلفة المتوسطة ، وهنا يتساوي متوسط التكلفة المتوسطة مع السعر وبذلك يتحقق للمشروع الارباح العادية

- ولو افترضنا زيادة الطلب علي منتجات هذه الصناعة قد ترتب عليه انتقال منحني الطلب من D الي D1 في الشكل الاول ، فإن هذا المنحني الجديد D1 قد تقاطع مع منحني عرض السوق في الأجل القصير عند النقطة b بحيث أصبح سعر التوازن في الأجل القصير هو Pb كمية التوازن qb.

- وبزيادة السعر من Pa الي Pb فإن منحني الطلب علي منتجات كل مشروع سوف ينتقل من da الي dp في الشكل الثاني . وهنا سوف يلجأ

كل مشروع لزيادة إنتاجه طالما [illegible] الحديه أعلي من تكاليفه الحدية .
كما أن التوازن قصير الأجل الجديد يتحقق عند النقطة b في الشكل الاول ، حيث ينتج كل مشروع (q1) وخلال [illegible] في خلال الأجل القصير يستطيع كل مشروع تحقيق الأرباح الاقتصاديه والتي تساوي الفرق بين السعر ومتوسط التكلفة الكلية عند مستوي الإنتاج المحقق .

الأرباح الاقتصادية = كمية الإنتاج×(السعر -متوسط التكلفة الكلية)

وأيضا نجد أن تميز الصناعة بوجود الأرباح الاقتصادية يجذب مزيد من المشروعات نحو هذا المجال في الأجل الطويل . هذا القطاع يتسم بتزايد تكلفة الصناعة فإن زيادة عدد المشروعات سوف يؤدي الي زيادة اسعار المدخلات (عوامل الإنتاج) وهذه الزيادة تزيد التكلفة الحدية والمتوسط لكل مشروع وهذا يؤدي الي ارتفاع منحنيات التكلفة الحدية والمتوسطة بحيث تنتقل من ATC,MC الي 'ATC', MC كما هو موضح بالشكل الثاني.

إلا أننا من أجل التبسيط ، قد افترضنا أن المنحنيات الجديدة متوازية مع المنحنيات القديمة طالما أن الحد الأدني لكفاءة الحجم مازالت كما هي .

كما أن دخول المشروعات الجديدة يؤدي الي زيادة عرض الصناعة ،

وأيضا تخفيض أسعار منتجاتها ويستمر دخول المشروعات الجديدة الي الصناعة حتي يؤدي انخفاض الأسعار نتيجة لزيادة الإنتاج إلي اختفاء الأرباح الاقتصادية . وهذه الظاهرة تتحقق بزيادة عدد المشروعات الجديدة التي تدخل الصناعة والتي تؤدي الي انتقال منحنيات عرض الصناعة الي S1 حيث يتساوي السعر المتحقق مع الحد الأدني لمتوسط التكاليف الكلية للمشروعات الجديدة ، ومع ذلك فإن سعر السوق سوف لا ينخفض عما كان عليه مستوي التوازن الأصلي وذلك لأن كل مشروع سوف يعاني من زيادة متوسط التكلفة الكلية .

إن تقاطع المنحني الجديد لعرض السوق في الأجل القصير S1 مع المنحني الجديد الذي يعكس زيادة طلب السوق D1 يحددا لنا نقطة التوازن الجديدة للسوق في الأجل الطويل ، هنا تتحدد بالنقطة C في الشكل الثاني ، حيث أن a,c يمثلان نقطة التوازن الأصلية في الأجل الطويل ، وهنا فإن النقطتان تقعان أعلي منحني العرض في الأجل الطويل حيث يشيران الي *S بالنسبة للصناعة التي تتسم بتزايد تكلفتها .

ولذلك نجد ان التكاليف التي يتحملها المشروع في حالة الصناعات ذات التكلفة المتزايدة اي في مرحلة تزايد تكلفة الصناعة تعتمد اساسا علي عدد المشروعات التي تدخل الصناعة اي علي حجم القطاع ومدي اتساع نطاقه . ولذلك فإن هذه الصناعات تتعرض لاختفاء ظاهرة الأرباح الاقتصادية كلما

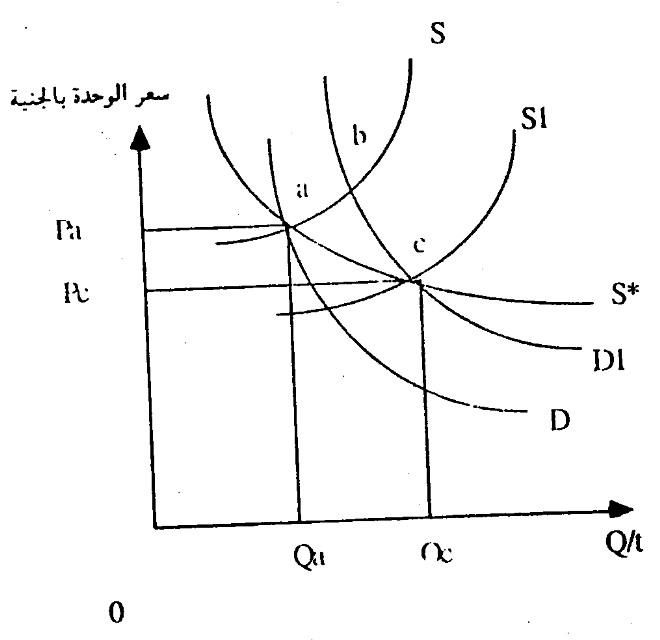
زادت عدد المشروعات الجديدة في الاجل الطويل . كما أن منحني عرض هذه الصناعة في الأجل الطويل يأخذ شكل المنحني *S أي ينحدر الي اعلي وذلك لأن المشروعات تحقق الأرباح العادية ، عندما ترتفع تكاليف الإنتاج وترتفع الأسعار ايضا .

ج-٢- الصناعات ذات التكلفة المتناقصة

إن هناك بعض الصناعات التي تستطيع تخفيض تكاليف إنتاجه كلما تزايد حجم هذا الإنتاج وذلك خلال الفترة الطويلة ، وهذا الموقف عادة ما يعتبر من المواقف النادرة . وهذه الصناعة تتسم بانخفاض التكاليف كلما توسعت المشروعات في إنتاجها ، وهذا يترتب عليه انتقال منحني تكلفة كل مشروع الي ادني ومثال ذلك صناعات التعدين الخاصة باستخراج الفحم حيث أن التكاليف الأساسية او الجزء الأكبر من تكلفة هذه الصناعات يتمثل في تكلفة استخراج المياة خارج الآبار وكلما كان المنجم في نفس المساحة التي يتم التنقيب فيها فإن تكلفة استخراج المياة تكون أقل .

كما أن أي زيادة في طلب السوق ينتج عند زيادة في الأسعار قصيرة الأجل ومن ثم يستطيع المشروع تحقيق الأرباح الاقتصادية وهذه الأرباح كفيلة بجذب مشروعات جديدة لدخول هذا المجال مما يقلل التكاليف التي يتحملها كل مشروع حيث أن تكاليف التنقيب والبحث عن المعادن سوف

تقسم علي جميع المشروعات مما يقلل نصيب المشروع الفردي من هذه التكلفة ويأخذ منحني عرض الصناعات ذات التكلفة المتناقصة الشكل التالي :



ومن الشكل السابق نجد أن a تمثل لنا نقطة التوازن الأولية أو الأصلية ، كما ان النقطة c فهي تمثل لنا نقطة التوازن في الأجل الطويل والتي نتجت عن زيادة الطلب وفي الاجل الطويل نجد أن سعر السوق Pc قد انخفض بدرجة اكبر من سعر التوازن الأولي Pa حيث ان دخول المشروعات الجديدة أدي الي اختفاء الأرباح الاقتصاية .

وخلاصة القول أن المشروعات التي تعمل في ظل المنافسة الكاملة تستطيع تحقيق ارباح اقتصادية في خلال الفترة القصيرة ، إلا أن هذه الأرباح سوف تشجع المشروعات الأخرى بدخول هذا المجال ، مما قد يترتب عليه زيادة عرض منتجات الصناعة في خلال الأجل الطويل ومن ثم اختفاء الربح الاقتصادي . وخصوصا أن مرونة عرض المنتجات في خلال الفترة القصيرة يكون أقل من درجة مرونته في الفترة الطويلة ففي خلال الفترة الطويلة تستطيع المشروعات من التحكم النسبي في استخدام الموارد ومن ثم الاستجابة الي التغيرات في الأسواق .

الخلاصة

١- يعكس هيكل السوق الملامح الأساسية للظروف الاقتصادية التي يعمل فيها المشروع . وهذه الملامح تتبلور في عدد المشروعات التي تعمل في الصناعة المعنية و مدى سهولة وصعوبة الدخول والخروج من السوق ومدي تجانس المنتجات التي تنتجها المشروعات ، وشكل المنافسة بينها ، حيث يوجد العديد من هاكيل السوق من بينها المنافسة الكاملة .

٢- تتسم سوق المنافسة الكاملة بالسمات التالية :

- كثرة عدد البائعين والمشترين .
- تجانس المنتجات .
- توافر المعلومات عن الأسعار والكميات المعروضة من السلع والخدمات .
- سهولة الدخول والخروج من السوق .

- إن السعر يعتبر من الأمور المسلم بها بالنسبة للمشروعات حيث أن كل منتج يعرض كمية متناهية في الصغر ومن ثم لا يستطيع بمفردة التأثير علي مستوي الأسعار وكل ما يستطيع المشرع القيام به هو تغير الكمية التي يعرضها فقط عند هذا السعر المحدد من قبل قوي السوق.

٣- إن سعر السوق في ظل المنافسة الكاملة يتحدد أساسا بتقاطع منحني عرض السوق مع منحني السوق ومن ثم يواجه كل مشروع منحني طلب خاص به يأخذ شكل الخط الموازي للمحور الأفقي أي يواجه بطلب لانهائي المرونة، وهذا المنحني يعكس لنا ايضا الإيراد المتوسط والإيراد الحدي للمشروع عند كل مستوي من مستويات الإنتاج .

٤- وفي خلال الفترة القصيرة نجد أن المشروع يستطيع تعظيم أرباحه أو تدنية خسائره من خلال التحكم في حجم إنتاجه طبقا لمستويات الأسعار المحددة سابقا . كما ان حجم الإنتاج يتحدد بتقاطع منحني الطلب او منحني الإيراد الحدي مع ذلك الجزء من التكلفة الحدية ،وفي الأجل القصير يختار المشروع ذلك المستوي من الإنتاج الذي يحقق تساوي الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية .

٥- إن الجزء الخاص بمنحني التكلفة الحدية للمشروع الفردي أو الجزء الأعلي من منحني متوسط التكلفة المتغيرة يمثل لنا منحني عرض المشروع في خلال الفترة القصيرة . أما الإضافة الأفقية الخاصة بعرض جميع المشروعات مجتمعة فهي تمثل لنا منحني عرض السوق .

٦- تتسم الفترة القصيرة بوجود الأرباح الاقتصادية التي تغري المنتجين الجدد علي دخول مجال الإنتاج علي مدي الفترة الطويلة ويتم هذا الدخول الي أن تنخفض الأرباح الأقتصادية حيث تتسم الفترة الطويلة باختفاء الأرباح الاقتصادية وسيادة الأرباح العادية .

٧- في خلال الفترة الطويلة تسعي المشروعات لتغيير مستويات إنتاجها حسب التغير في الطلب من خلال تحريك منحنيات التكلفة الحدية، أما في الفترة الطويلة فإن تغير الطلب ينطوي علي دخول أو خروج مشروعات جديدة وذلك حتي يقتصر الربح علي الأرباح العادية فقط ولكن هذا الأمر يختلف باختلاف الصناعة إذا كانت ذات تكلفة ثابتة أو متزايدة أو متناقصة . حيث أن ثبات التكلفة معناه عدم تغير تكلفة المشروع أما تزايدها فإنها تتزايد لزيادة الإنتاج من جانب جميع مشروعات الصناعة والعكس في حالة تناقصها ، فهي تتناقص بتزايد إنتاج جميع المشروعات .

٨- إن حالة المنافسة الكاملة تعكس لنا مدي كفاءة معدل أداء المشروعات حيث أن انخفاض الأسعار نتيجة لزيادة العرض في الأجل الطويل تدفع المشروعات الحدية التي تنخفض إيراداتها الحدية عن تكاليفها الحدية للخروج والانسحاب من السوق لعدم تحملها للخسائر المتوالية بسبب انخفاض الأسعار .

الفصل التاسع

الاسواق غير الكاملة

مقدمة

يمكن تعريف الاسواق الغير كاملة بأنها الاسواق التي تغيب عنها المنافسة الكاملة ، اي التي لا تتوافر فيها شروط الاسواق الكاملة والخاصة بالمنافسة الكاملة من حيث زيادة درجة الشفافية الخاصة بالمعلومات الكاملة عن السلعة او السلع التي تعرض في السوق ، وزيادة عدد المنتجين لسلعة تتسم بالتجانس التام وكذلك توافر حرية الدخول والخروج من السوق وايضا تحديد السعر من خلال الطلب الكلي والعرض الكلي ومن ثم فإن غياب اي شرط من هذه الشروط يبعد السوق عن الكمال .

ويمكنا ان نفرق بين عدد من الاسواق الغير كاملة علي النجو التالي :

- سوق الأحتكار .
- سوق التمييز الاحتكاري .
- سوق المنافسة الاحتكارية .
- سوق احتكار القلة .

ا - سوق الاحتكار Le Monopole.

ان كلمة احتكار تعني انفراد شخص واحد او شركة او مؤسسة او هيئة واحدة بانتاج او توزيع سلعة ما او خدمة ما ومن ثم تتسم سوق الاحتكار بوجود اما منتج واحد أو موزع واحد لسلعة معينة وليس لها بدائل في اي سوق اخري .

ولذلك يتسم هذا السوق بثلاث سمات خاصة تجعله يختلف تماما عن غيره من الاسواق الكاملة او الغير الكاملة وتتبلور هذه السمات في الاتخاذ

- وحدانية unicite العرض و ذرية aromocite الطلب ، وهذا يعني ان هناك جهة واحدة هي التي تتخصص في الانتاج او توزيع السلعة ومن ثم تستطيع التحكم في الكمية المعروضة من هذه السلعة او الخدمة ، بمعني قدرتها علي زيادة او تخفيض الكمية المعروضة من هذه السلعة او تلك الخدمة ، اما فرض ذروية الطلب فمعناه ان طلب كل مستهلك يشكل نسبة ضئيلة جدا من طلب السوق ومن ثم فأن أيا من المستهلكين لا يستطيع بمفردة ان يؤثر علي طلب السوق او سعر السوق ومن ثم يستطيع المنتج او الموزع المحتكر التأثير علي الكمية التي يعرضها وايضا سعر السوق .

- غياب حرية تداول الموارد L'absénce de libre circulation des réssources وهذا معناه عدم قدرة المشروعات الجديدة دخول السوق وذلك بسبب وجود عوائق تمنع تلك المشروعات من دخول السوق سواء تعلق الامر بالقيود القانونية مثل تصاريح العمل والتراخيص وبراءات الاختراع او قيود اقتصادية خاصة بتخفيض متوسط التكاليف بالنسبة للمشروع ، او قيود ترجع لتحكم المحتكر في الموارد الاقتصادية الهامة مثل احتكار شركة ديبيرس Débéerse عملية استخراج الماس في جميع دول العالم وتصنيع هذا الحجر الكريم

- غياب البدائل التامة او القريبة من السلعة L'absénce de substitus وهذا معناه ان المحتكر ينتج سلعة منفردة تماما بمعني عدم وجود بدائل تامة او قريبة لها والا تحول الطلب علي السلعة الي تلك البدائل في حالة ارتفاع سعرها ، فكون السلعة لها سمات خاصة تنفرد بها وليس لها بدائل ، فإن هذا يجعل المحتكر في مركز قوي نتيجة القدرة علي التحكم في السوق بشكل أو بأخر .

واذا نظرنا الي هذه السمات نوجدنا انها تتوافر في حالات قليلة جدا وخصوصا بالنسبة لشرط السيطرة علي الموارد الاقتصادية وشرط غياب البدائل في ظل التقدم العلمي الحديث والتطورات الاقتصادية والفنية السريعة ومع ذلك قد توجد حالات الاحتكار والاعفاءات في حالات معينة

مثل :

- ضرورة تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي للسيطرة على القطاعات الاستراتيجية التي تمس الامن القومي ، حالة احتكار الدولة انتاج الاسلحة في فرنسا .

- رغبة الدولة في حماية مصالح المواطنين وتقديمها للخدمات العامة باسعار عادلة لزيادة وتعظيم مستوى المنفعة العامة ، حالة احتكار الدولة توزيع الغاز والكهرباء والسكك الحديدية والتليفونات .

- قيام الدولة بممارسة الانشطة الاقتصادية التي يحجم عنها رأس المال الخاص لزيادة الاستمارات المطلوبة وانخفاض معدلات الربحية المتوقعة وايضا زيادة نسبة المخاطر المحتملة ، على الرغم من اهمية تلك المجالات مثل تصنيع السكك الحديدية في فرنسا مثلا وايضا الصناعات الاستخراجية مثل البترول غير في معظم دول الشرق الاوسط (ليبيا- العراق -مصر الى غير ذلك).

وبذلك نجد أن الاحتكار الكامل يعتبر استثناء ويوجد في حالات محدودة

أ- دوال ايرادات المحتكر

Les fonctions de récettes du monopoleur

مما لاشك فيه ان المحتكر يواجه الانواع المختلفة من التكاليف الخاصة باي مشروع سواء كان يعمل في ظل المنافسة الكاملة او الغير كاملة وبذلك نجد ان شكل منحنيات التكاليف التي تتحملها اي مشروع هي نفس شكل منتجات تكاليف المحتكر . ولكن هناك اختلاف كبير بين شكل منحنيات الايرادات التي يواجهها المحتكر عن تلك التي يواجهها المشروع في الاسواق الكاملة وهذا ماسنتعرض له الآن .

أ-١- دوال الايرادات المتوسطة Les fonctions de récéttes

لما كان المختكر هو الجهة الوحيدة التي تنفرد بعرض انتاج سلعته في السوق فإن منحني عرض هذا المحتكر يمثل لنا منحني عرض السوق ، كما ان الطلب علي انتاجه لابد ان يعكس لنا طلب السوق اي ان منحني الطلب علي انتاجه هو نفس منحني طلب السوق (مجموع طلبات المستهلكين الافراد) فاذا كان الطلب طبيعي ، فإن دالة الطلب تكون دالة متناقصة بالنسبة لمستوي الاسعار . وبذلك يستطيع المحتكر ان يؤثر اما في الكمية المعروضة او في السعر او في كليهما ، وذلك علي الرغم من ان كل متغير منهما يؤثر تماما علي الآخر ويؤثر ايضا علي الكمية المطلوبة .

وبذلك يتوحد او يمتزج الطلب مع الايرادات المتوسطة للمحتكر

$$RM=RT/Q=P.Q/Q=P$$

حيث ان :

$P=$ سعر السوق والذي علي اساسه يتحدد الكمية المطلوبة والمعروضة

اذن: $P=f(Q)$

الايرادات المتوسطة $RM=$

الكمية المطلوبة والمعروضة $Q=$

ومن هنا نجد ان دالة الايرادات المتوسطة ودالة الطلب اصبحا شيئا واحدا اي ان دالة الايرادات المتوسطة تصبح نفس دالة الطلب .

نخلص من هذا ان منحني الطلب علي منتجات المشروع الاحتكاري تأخذ شكل منحني الطلب العادي الذي يتحدد من أعلي الي اسفل ويكون سالب الميل بعكس منحني الطلب في سوق المنافسة الكاملة الذي يأخذ شكل الخط المستقيم الموازي للمحور الافقي ، اي شكل منحني الطلب النهائي المرونة ، حيث ان انخفاض في الاسعار يؤدي الي زيادة الطلب بنسبة لانهائية .

أ-٢- دالة الايرادات الحدية للمحتكر

La fonction de récéttes marginale

مما لا شك فيه ، ان الايراد الحدي ، هو الايراد الناتج عن بيع وحدة اضافية من الانتاج ، اي ايراد الوحدة الاخيرة ، وفي ظل المنافسة الكاملة نجد ان: الايراد الحدي = الايراد المتوسط = سعر الوحدة من السلعة اي سعر السوق للوحدة الواحدة من السلعة المعروضة .

اما بالنسبة لسوق المحتكر فأن الايراد الحدي اي سعر بيع الوحدة الاضافية يكون اقل من الايراد المتوسط بمعني ان اي زيادة في انتاج المحتكر سوف تؤدي الي زيادة عرض السوق ومن ثم انخفاض السعر ، في اطار ان دالة الطلب دالة متناقصة . وبذلك يضطر المحتكر لبيع الوحدات الاضافية باسعار اقل من السعر الذي كان سائدا قبل زيادة عرض السوق .

وفي ضوء ما سبق سوف نلجأ الي تحليل الايرادات المتوسطة الخطية ولذلك سوف نفرض ان :

السعر $P=$

الكمية $Q=$

ان دالة الطلب او الايرادات المتوسطة تأخذ الشكل التالي :

$P=a-b.(Q)$ أو $(Q=a/b-p/b)$ -

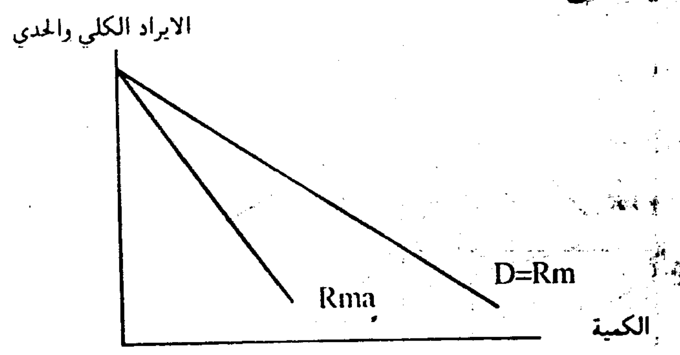
وحيث ان الايرادات الكلية RT تساوي :

$$RT=P.Q=(a-b.Q).Q=a.Q-b.Q^2$$

وبالنسبة للتغير الطفيف في الاسعار والانتاج فأن الايرادات الحدية (Rma) يمكن اعتبارها المشتقة او الميل للايرادات الكلية :

$$Rma=dRT/dQ=a-2b.Q.$$

والشكل التالي يوضح ذلك :



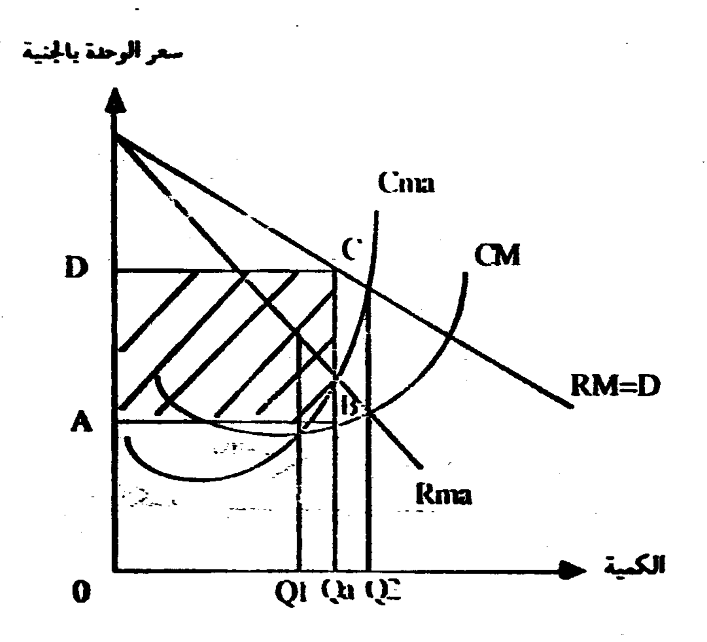
ب- توازن المحتكر الاجل القصير

L'équilibre de courte terme

يمكناتعريف المركز التوازني للمحتكر بأنه المركز الذي يحدد له المستوي

او الحجم الامثل للانتاج وعند هذا المركز تتعادل الايرادات الحدية مع التكاليف الحدية ، وهذا الشرط هو شرط التوازن بالنسبة لجميع المشروعات مهما اختلفت حالة الاسواق (منافسة كاملة، احتكار كامل، احتكار قلة إلي غير ذلك).

وهذا ما سوف يوضحه الشكل التالي :



من الرسم السابق يتضح لنا أن :

- اذا تحدد انتاج المشروع بالكمية Q1 فسوف تنخفض ارباح المشروع ،

علي الرغم من ان تكلفة انتاج اي وحدة اضافية (اي التكلفة الحدية le coût marginal) يكون أقل من الايراد المحقق من بيع هذه الوحدة La récette marginale

- أما اذا انتج المشروع الكمية Q2 فانه سوف يحقق خسارة بسبب انتاج وبيع اي وحدة اضافية وذلك لان الايراد الحدي يكون اقل من التكلفة الحدية .

- إن انتاج المشروع للكمية Qc معناه ان المحتكر يستطيع ان يحقق اقصي ربح ممكن :

(الايرادات المتوسطة - التكاليف المتوسطة) x الكمية المنتجة والمباعة

وتمثل هذه الارباح بالمساحة ABCD.

ولتوضيح ذلك سوف نستعين بالمثال التالي :

اذا افترضنا ان دالة التكاليف الكلية CT للمشروع الاحتكاري يمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية :

$$CT = 2Q^2 - 3Q$$

وان دالة الطلب علي منتجات هذا المشروع تتمثل بالمعادلة التالية :

$$P = 2Q + 19$$

- فكيف يمكن تحديد سعر بيع الكمية المعروضة في اطار محاولة المنتج تعظيم ارباحه؟ وما حجم هذه الارباح ؟

وللاجابة على هذا السؤال يتعين علينا اولا :-

- تحديد الكمية المنتجة التي تسمح لنا بتساوي الايرادات الحدية مع التكاليف الحدية .

وحيث أن:

التكلفة الحدية Cma تساوي (dCT / dQ)

أي أن : $Cma = UQ - 3$

نظرا لان الايرادات الحدية Rma تتمثل في ميل او المشتقة من الايرادات الكلية RT وهذه الاخيرة تخصم او تطرح من دالة الايرادات المتوسطة اي دالة الطلب حيث أن :

$$RT = (RM.Q) = -2Q^2 + 19Q$$

كما أن :

$$Rma = (dRT / dQ) = -4Q + 19$$

ولما كان التوازن يعني : $Cma = Rma$

فأن : $4Q - 3 = 4Q + 19$

حيث أن : $Qe = 2$

ومن ثم فأن السعر الممكن ان تباع عنده الكمية Qc في معادلة الايرادات المتوسطة = $P= 15$

اي اقصي ارباح ممكنة يمكن الحصول عليها من خلال الفرق بين الايرادات الكلية - التكاليف الكلية .

بمعني أن :

$$TT=(-2.2^2+(19.2))-(2.2^2-(3.2)) = 28$$

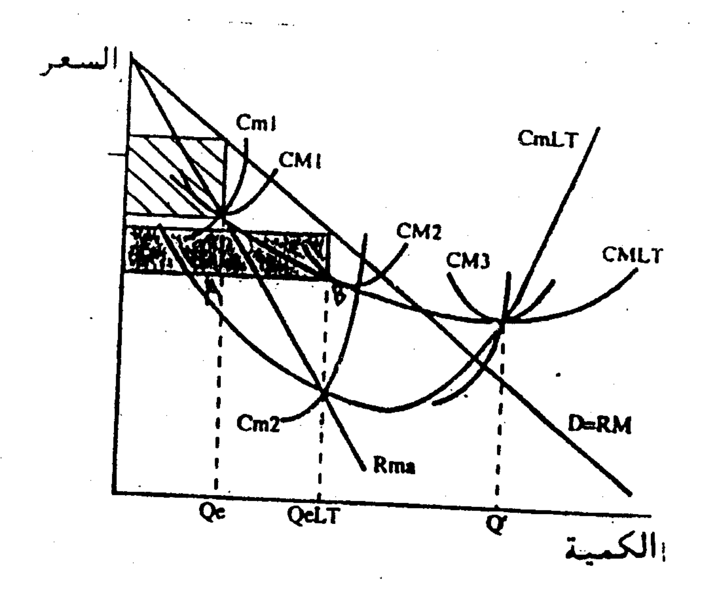
ج- توازن المحتكر في الاجل الطويل

L'équilibre en longue période

إذا كان التمييز بين الأجل القصير والأجل الطويل في غاية الاهمية بالنسبة للمشروعات التي تعمل في سوق تسوده المنافسة الكاملة فأن الأمر يختلف تماما حيث تقل هذه الأهمية بالنسبة للمشروعات التي تعمل في ظل الاحتكار وذلك لوجود قيود علي دخول المشروعات الجديدة الي مجال الانتاج ومن ثم فأن الارباح الاقتصادية التي يتسم بها الاجل القصير يمكن ان تدوم في الاجل الطويل .

ولذلك يستطيع المحتكر ان يضيف خطوط انتاج جديدة لمشروعه او ان يتوسع في انتاجه اذا كان ذلك يحقق له أقصي ارباح ممكنة ومن ثم فأن اتجاه المحتكر لتوسيع نطاق نشاطه او لتعديل حجم مشروعه قد يكون مدفوعا بمحاولة تعويض الخسائر التي تحملها في خلال الفترة الطويلة ، او بسبب زيادة توقعاته بامكانية تحقيق اقصي ربحية ممكنة .

ولتوضيح ذلك بيانيا سوف نستعين بالشكل التالي :



من الرسم السابق يتضح لنا :

- (RM), (Rma), يمثلان كل من منحني الايراد المتوسط ومنحني الايراد الحدي

- وفي نفس الوقت فأن RM يمثل لنا منحني طلب السوق علي منتجات المشروع الاحتكاري .

- CMLT تمثل لنا المنحني الغلاف - مثلما هو الحال بالنسبة لسوق المنافسة الكاملة - لمنحنيات التكاليف المتوسطة في الاجل القصير وايضا منحني التكاليف الحدية CmLT في الاجل الطويل .

وبذلك فلو افترضنا ان المشروع الاحتكاري - قد بدأ بانتاج Qe وان هذا الحجم او المستوي من الانتاج يترتب عليه تحمل المشروع لتكاليف متوسطة CM1 وتكاليف حدية Cm1 ، فأن المحتكر يستطيع ان يصل الي المركز التوازني في الاجل القصير وذلك من خلال تعظيم ارباحه حيث ان:

$$Cm1 = Rma$$

الايراد الحدي = التكلفة الحدية

وفي هذه الحالة تتمثل الارباح بالمربع المخطط في الرسم السابق .

. وايضا يستطيع هذا المشروع زيادة مستوي ارباحه وذلك باختياره الحجم او النطاق المناسب او الامثل . وهذا يمكنه من تعظيم ارباحه في الاجل الطويل اذا ما استطاع ان ينتج الكمية التي تكفل له تساوي ايراداته الحدية مع تكاليفه الحدية .

$$CMLT = Rma$$

وفي الشكل السابق نجد ان هذا التوازن تحقق من خلال اتساع نشاط المشروع واختياره للحجم الأكبر للانتاج والذي يتمثل في منحنيات التكلفة في الاجل القصير Cm2, CM2 ومن ثم تعكس لنا الارباح الحجم الامثل للمشروع عند انتاج الكمية QeLT والتي تظهر من خلال المستطيل المستقطع علي الرسم (AB Qe QeLT)

٢- الاحتكار التمييزي: Le Monopole discriminante

لقد سبق وذكرنا ، ان المنتج المحتكر يتمتع بميزة التعامل مع سوق وحيد وبسعر واحد بالنسبة لبيع منتجاته ، وذلك بسبب قدرته علي التحكم في كل من الكمية المعروضة والسعر المحدد لبيعها ومع ذلك يمكننا ادخال تغير جديد وهو قدرة هذا المنتج علي اتباع اسلوب التمييز La discrimination وسوف نحاول تحليل اثر هذا المبدء علي سلوك

المنتج المحتكر .

ان اتباع اسلوب التمييز يؤدي الي ظهور حالة من حالات السوق يطلق عليها التمييز الاحتكاري او الاحتكار المميز التمييزي ، وهذا معناه قيام المحتكر ببيع نفس السلعة باكثر من سعر أو عند مستويات مختلفة من الاسعار ، حيث تتفاوت اسعار نفس السلعة حسب اختلاف طبيعة ومقدرة المستهلكين وحسب درجة مرونة الطلب السعرية لكل فئة من المستهلكين او المناطق السكنية علي السلعة التي ينتجها ويلزمها المنتج المحتكر ولذلك فأن هناك العديد من انواع الاحتكار التمييزي .

ا-شروط التميز السعري

- تمييز بين الأسواق المختلفة وذلك بأن يباع نفس السلعة في المركز الرئيسي في وسط البلد بسعر أعلي من السعر الذي تباع به في الضواحي أو المناطق الشعبية البعيدة جدا .
- التمييز بين طوائف المستهلكين فمثلا تباع للطلبة تذاكر المتاحف بأقل من الأسعار التي يدفعها الجمهور العادي وكذلك تباع بسعر أعلي للأجانب .

- التميز في السعر بين [illegible] تباع للمستهلك الواحد فإنه يأخذ عبوة ثالثة مجانية من [illegible] المستهلك الذي يشتري عبوتين.

ان تباع سياسة التميز السعري تتطلب توافر شروط معينة :

- انحدار منحني الطلب علي السلعة من أعلي إلى أسفل مشيرا الي قدرة المنتج من السيطرة النسبية علي الأسعار . وهذا الشرط يتحقق بالنسبة للمحتكر .

- وجود فئتين علي الأقل من المستهلكين مع اختلاف مرونة الطلب السعرية لكل فئة .

- أن يكون المنتج قادر ، في إطار انخفاض التكلفة . ان يميز بين مختلف فئات المستهلكين .

- ان يستطيع المحتكر منع المشترين الذين يحصلون علي السلعة بسعر اقل من اعادة بيعها للمشترين الذين يحصلون علي السلعة بسعر أعلي .

ب- حالات التمييز السعري

اذا نظرنا الي موظفي الدولة الذين يسافرون في مهام عملية أو المبعوثون

الذين يسافرون في بعثات فإن جهات عملهم هي التي تتولي دفع قيمة السفر بالطائرة ولذلك نجد أن مرونة الطلب السعرية بالنسبة للسفر بالطائرات ضعيفة بالمقارنة بمرونة الطلب السعرية للقطاع العائلي والذي يتحمل نفقة السعر بالكامل . ولذلك اذا انخفضت اسعار الطائرات زاد الطلب من جانب القطاع العائلي أما الموظفين الذين يسافرون علي حساب جهة عملهم فلا يتأثرون بأي زيادة أو انخفاض في اسعار السفر بالطائرات .

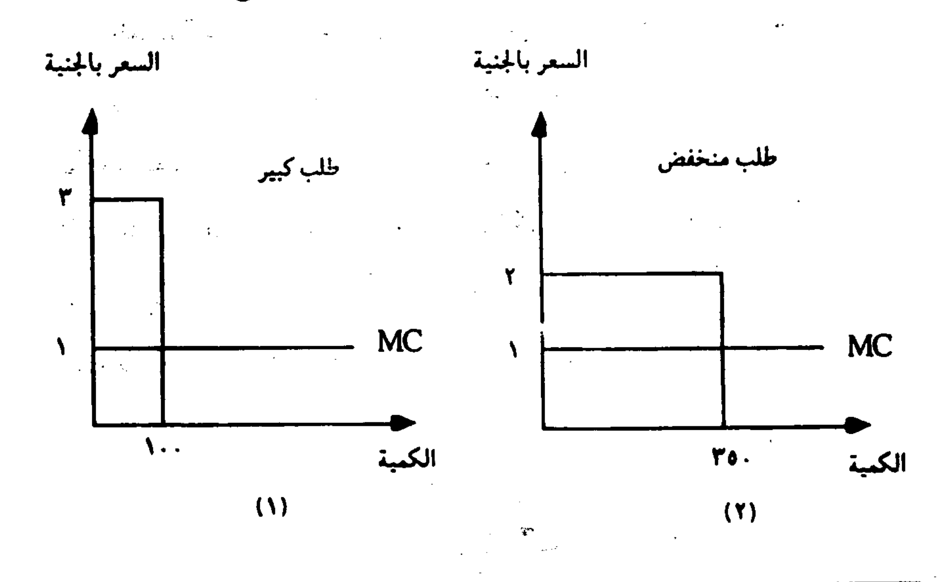
ولذلك نجد أن قطاع التليفونات والخطوط الجوية يلجأ الي استخدام سياسة التمييز السعري في مواجهة كل من قطاع الاعمال والقطاع العائلي

فعلي سبيل المثال تلجأ شركات الطيران الي عمل تخفيضات للمجموعات الاسرية اثناء الاجازات بحيث يكون الذهاب والاياب في خلال اسبوعين علي الأكثر حتي تستطيع ان تجذب هذه الفئة فضلا عن استخدام الطائرات الشارتر ، وهذا النوع مر الطيران غير خاضع لجدول محدد حيث تقلع الطائرة بمجرد اكتمال العدد وفي المقابل تنخفض اسعار السفر بالطائرات الشارتر Charter انخفاض كبير . وبطبيعة الحال فإن طلب القطاع العائلي علي خدمة الطيران طلب مرن بدرجة كبيرة من طلب قطاع الاعمال او القطاع الحكومي علي هذه الخدمة ، ونفس الشئ بالنسبة لسعر الدرجة الأولي في الطائرة والدرجة السياحية والدرجة الأولي في القطارات والدرجة الثانية ، فهنا يختلف السعر بالرغم من ان الطائرة او القطار واحد

ولكن حسب القوة الشرائية لجمهور كل درجة مع اختلاف في مستوي الخدمة فقط . نفس الشئ بالنسبة للسينما حيث تقدم عروضا صباحية وخاصة بالأطفال ، وبسعر أقل بكثير من سعر تذكرة السينما في الحفلات العادية وايضا تخفيض أسعار تذاكر زيارة المتاحف والمعارض بالنسبة للطلاب يعتبر من اساليب التمييز السعري . وهنا نجد أن سياسة التمييز السعري تستند في كثير من الاحيان علي مقدار القوة الشرائية المتوافرة لجمهور المستهلكين ، واخيرا نجد أن الاستخدامات الصناعية والمشروعات السياحية للكهرباء وللغاز تكون بسعر مميز وأقل من السعر الذي تدفعه المنازل والقطاع العائلي

ج- نماذج التمييز السعري

يوضح الشكل التالي اثار التمييز السعري، حيث ينقسم المستهلكين الي فئتين متميزتين من حيث طلب كل منهما . أي مستوي طلب كل فئة مختلف تماما عن مستوي طلب الفئة الأخري كما هو موضح بالأشكال التالية



من الشكل السابق يتضح لنا أن :

- منحنيات الطلب الخاصة بمجموعتين من المستهلكين وكذلك منحنيات الايراد الحدي والتكلفة الحدية للمحتكر .

- ان هذا الشكل يستند علي فرضية اساسية للتبسيط ألا وهي أن المحتكر يقوم بالانتاج في ظل ثبات التكلفة الحدية في الاجل الطويل وان التكلفة واحدة بالنسبة لمنحنيات العرض التي تواجه المجموعتين من المستهلكين .

- ان المستهلكين في المجموعة (١) الأيمن يتمسكون بالقيمة الحدية لكل وحدة من السلعة وبدرجة اكبر من المستهلكين في المجموعة (٢)

- ان السعر يتحدد في كل من السوقين ، من خلال وجود مستوي الإنتاج الذي يتساوي فيه التكلفة الحدية مع الايراد الحدي .

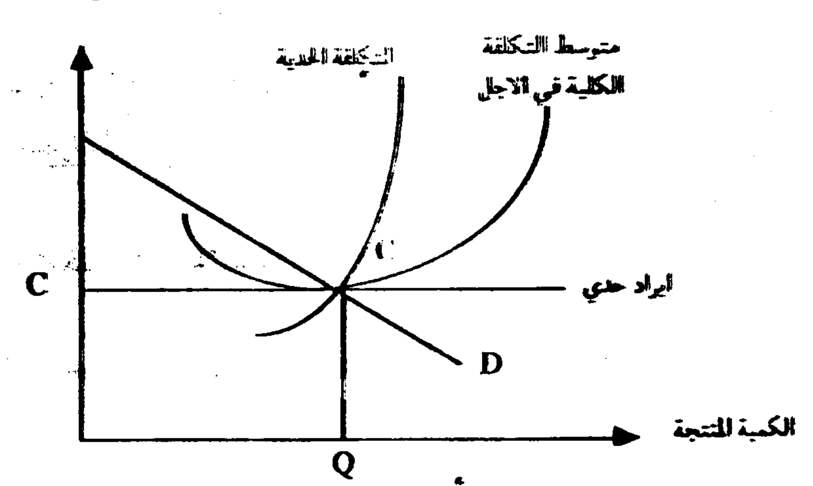
- ان مرونة الطلب السعرية للمجموعة (٢) اكبر من درجة مرونة الطلب السعرية للمجموعة (١) .

د- التمييز التام للأسعار

إن منحني الطلب في هذه الحال يعكس لنا القيمة والمنفعة الحدية التي

يتمسك بها المستهلك بالنسبة لكل وحدة مستهلكة ، حيث يتضح لنا أن فائض المستهلك يساوي تماما المنفعة الحدية أو القيمة الحدية المكتسبة من استهلاك اخر وحدة او الوحدة الاضافية من السلعة . فاذا استطاع المستهلك ان يفصل اسعار كل وحدة عن الاخري فإن كان السعر يساوي النقطة الحدية للمستهلك فإن منحني الطلب سوف يصبح في نفس الوقت منحني الايراد الحدي للمشروع . ومن ثم فإن الايراد الحدي للمشروع والناتج من بيع الوحدة الاضافية او الاخيرة سوف يساوي سعر هذه الوحدة واذا افترضنا ان المحتكر ينتج في ظل ظروف ثبات التكلفة الحدية في الاجل الطويل ، فإن التمييز السعري التام La déscrimination parfaite des prix سوف يحدد لنا مستوي الانتاج الذي يسمح للمشروع بتعظيم ارباحه وهو المستوي الذي تتساوي فيه التكاليف الحدية مع الايرادات الحدية كما هو واضح في الشكل التالي حيث يظهر لنا مستوي الارباح الاقتصادية للمشروع .





كما انه في حالة تحديد سعر مختلف لكل وحدة من وحدات الانتاج فإن كل جنيه منفق يمثل ربح للمشروع وهذا سوف يكن في غير صالح المجتمع لأنه يقلل الرفاهية الاقتصادية لحساب المحتكر .

واخيرا وليس بأخر يمكن القول أن الاحتكار الكامل شأنة في ذلك شأن المنافسة الكاملة حالات استثنائية وبين هذين النوعين يوجد :

٣- سوق المنافسة الاحتكارية

يمكنا القول ان سوق المنافسة الاحتكارية تجمع بين كل من سوق المنافسة الكاملة والاحتكار حيث تتشابه مع سوق المنافسة الكاملة في :

١- وجود عدد كبير من البائعين .

٢- ولكن تتشابه مع الاحتكار في أن كل بائع او كل منتج يحاول الاستئثار بمساحة كبيرة من السوق (مثلما يفعل المحتكر حيث يتأثر بكل السوق) وذلك لعدم تجانس السلع التي تنتجها المشروعات فهي سلع مميزة بعلامات تجارية معينة تجعل كل منهم سلعة مغايرة تماما لغيرها من السلع اي يجعلها متميزة عن غيرها .

٣- وفي نفس الوقت نجد أن هناك حرية الدخول وخروج اي منتج للسوق وخصوصا ان كل منتج يحاول منافسة المنتج الأخر من خلال تحسين جودة سلعته ومن خلال الماركات المحددة لمزايا السلعة وغيرها . بمعني ان هذه السوق لا تضع العراقيل او القيود القانونية او الاقتصادية لدخولها مثلما هو الحال في الاحتكار .

وسوق المنافسة الاحتكارية معناه أن التنافس يتم بين المنتجين لجذب مزيد من العملاء وذلك من خلال احتكار نوعية معينة او علامة تجارية او ماركة عالمية تميز سلعة كل منهما عن الاخر او منح العميل مزايا كخدمات ما بعد البيع الي غير ذلك . وعلي سبيل المثال نجد أن سوق السيارات سوق منافسة كاملة ، سوق الملابس الجاهزة سوق منافسة كاملة وايضا سوق العطور ومنتجات التجميل والسلع الكهربائية المنزلية . ولذلك نجد أن شركة أوبل opel او بيجو pigeout او رينو Rénault او بي أم دبليو B.M.W وكذلك بيوت الازياء العالمية كرستيين ديورCh.Dior أيف سان لوران Ives Saint laurant ، كوكو شانيل Coco chanel يتمتعان بنفس الميزة التي يتمتع بها المحتكر من حيث تحديد الاسعار وكمية المعروض وذلك لان كل منتج من هذه المنتجات له سمة خاصة وطبيعية معينة وجمهور محدد لا يقبل ان يتحول طلبه الي السلع المتشابهة .

٤- سوق احتكار القلة: Oligopoly

أما بالنسبة لاحتكار القلة فهو يعكس لنا سيطرة عدد محدود من المشروعات علي سوق احد السلع او الخدمات بحيث يتم اتفاق بين هذه المجموعة من المشروعات علي تحديد سياسات انتاجية وتسعيرية وتسويقية موحدة وهذه السوق تتسم بـ :

١- محدودية عدد المشروعات التي تعمل في مجال معين ولذلك فإن إنتاج اي مشروع يمثل نسبة هامة من الإنتاج الكلي ومن ثم يستطيع اي مشروع بمفرده ان يؤثر علي عرض السوق .

٢- عدم تجانس السلعة وذلك من خلال العلامات التجارية المميزة وعلي سبيل المثال نجد أن احتكار القلة يتبلور في صناعة الاسلحة والصناعات الثقيلة كالسفن الحربية وغيرها .

كما ان احتكار القلة لا يكون فقط بالنسبة للبائع بل قد ينتقل الي المشتري اي قد يوجد عدد قليل من المشترين الذين يطلبون سلعة معينة بحيث يشتري كل منهم نسبة كبيرة من المعروض الكلي وبذلك فإن أيا منهما يستطيع التأثير علي السعر .

١- تخصص المحتكر في إنتاج سلعة لا يوجد لها أي بدائل كاملة ويستطيع المحتكر ان يظل كذلك في خلال الفترة الطويلة ، اذا لم يدخل انتاج هذه السلعة اي مشروع جديد وخصوصا ان هناك عقبات قانونية واقتصادية وادارية تعوق دخول المشروعات الجديدة .

٢- نظرا لان المحتكر يستأثر بكل السوق ولا يوجد اي مشروع اخر ينافسه فإن منحني الطلب علي إنتاجه يكون هو نفسه منحني طلب السوق علي هذه السلعة . وبذلك نجد أن هذا المحتكر يستطيع زيادة مبيعاته بصورة كبيرة في حال تخفيضه لاسعاره . ونظرا لان زيادة الانتاج من جانب المحتكر تؤدي الي انخفاض الأسعار فإن الايراد الحدي للمحتكر يكون أقل من السعر .

٣- إن هناك علاقة وثيقة بين مرونة الطلب السعري وبين منحني الإيراد الحدي للمحتكر ومنحني الايراد الكلي للمحتكر فاذا كان الطلب مرن فإن الايراد الحدي يكون موجب ويزداد الايراد الكلي بانخفاض السعر، اذا كان الطلب غير مرن فإن الايراد الحدي يصبح كم سالب ويتناقص الايراد الكلي عندما ينخفض السعر .

٤- اذا استطاع المستهلك علي الأقل، أن يغطي تكاليفه المتغيرة عند مستوي من الإنتاج ، فإنه يستطيع ان يعظم ارباحه ويقلل خسائره من خلال البحث عن التوليفه من (الكمية - السعر) التي تسمح له بتساوي ايراده الحدي مع تكلفته الحدية . ونظرا لان التكلفة الحدية لا يمكن ان تصل الي كم سالب اي أن تكون أقل من الصفر ، فإن المحتكر لا يمكن ان يستمر في الإنتاج الذي يصل فيه الإيراد الحدي للكم السالب .

٥- في الأجل القصير نجد أن المحتكر سوف يتوقف عن الإنتاج إذا لم يكن السعر مساويا أو أكبر من التكلفة المتغيرة . ولكن في الأجل الطويل فإن المحتكر يستطيع تحقيق ارباحه الاقتصادية في حالة عدم دخول اي مشروعات جديدة لمجال الانتاج .

٦- في ظل الاحتكار فانه لا يمكن تحقيق التخصيص المطلوب للموارد الاقتصادية المتاحة لأن ارباح المحتكر تتزايد علي حساب تناقص فائض المستهلك .

٧- يستطيع المحتكر اتباع سياسة التمييز السعري حسب درجة مرونة الطلب السعرية للفئات المختلفة من المستهلكين .

٨- ان هناك هياكل اخري للسوق مثل المنافسة الاحتكارية وهي تجمع بين الاحتكار وبين المنافسة فهي تتشابه مع الاحتكار في عدم تجانس السلعة ومع المنافسة في زيادة عدد المشروعات وحرية الدخول والخروج

ويسعي كل منتج من المنتجين في المنافسة الاحتكارية الي محاولة جذب العميل من خلال اقناعه بأن سلعته هي الأفضل وان توفر له كل متطلباته لتجهيزها بمزايا خاصة ولذلك يلعب الإعلان دورا هاما في هذه السوق وهذا عكس المنافسة الكاملة حيث لا يوجد مكان للإعلان وذلك لتجانس السلعة ، كما ان الاعلان محدد جدا في الاحتكار الكامل نظرا لعدم وجود دافع اصلا له . ولذلك فالمنافسة الاحتكارية مزيج من المنافسة والاحتكار .

٩- اما احتكار القلة فهو يتسم بنفس سمات سوق الاحتكار المطلق مع اختلاف واحد هو وجود عدد من المحتكرين اي عدد محدود من المحتكرين وليس محتكر واحد .

الفصل العاشر

سوق عوامل الانتاج

مقدمة

يمكن تعريف سوق عوامل الانتاج بأنها السوق التي يتم من خلالها التعامل مع خدمات عوامل الانتاج مثل :

- الارض.
- العمل .
- رأس المال .

وبذلك نجد ان هذه السوق تشتمل علي عدة اسواق نرعية، منها سوق الاصول المادية مثل الارض وسوق الاصول المالية والنقدية مثل سوق رأس المال وسوق خدمات العمل وهي سوق ذات طبيعة خاصة تتمثل في عرض خدمة العمل بأختلاف انواعه وان اي نشاط انتاجي يتطلب أستخدام هذه الخدمات فأن الطلب علي خدمات عوامل الانتاج يكون من جانب المشروعات والأنشطة الاقتصادية المختلفة ، ومن ثم فأن الطلب علي خدمات هذه العوامل يكون طلب مشتق من الطلب علي السلع والخدمات بمعني ان هذه الخدمات تطلب لكي تساهم في انتاج مختلف انواع السلع والخدمات التي

يطلبها المستهلكين لاشباع احتياجاتهم المادية والمعنوية . والآن سوف نتعرض لسمات هذه السوق .

ا - السمات المميزة لسوق عوامل الانتاج :(أرض -عمل -رأس مال)

كما سبق وذكرنا ان الافراد يتجهون الي سوق عوامل الإنتاج من أجل أن يعرضوا أو يبيعوا خدماتهم بهدف أن يحصلوا علي مقابل مادي ملموس يطلق عليه اقتصاديا عائد الخدمات أو أسعار الخدمات .

وهذا السلوك العام، يمكن أن يوجهنا نحو الخطوات الهامة والمعقدة لهذه المشكلة ، فبوجه عام يمكن القول أن سوق عوامل الإنتاج هو سوق تعتني وتهتم أساسا ببيع وشراء الخدمات الإنتاجية ، وعندما يلجأ المشروع إلي هذه السوق لشراء خدمة العمل ، فليس معني ذلك أن يشتري العامل نفسه، ولكنه يؤجر مجهوده فقط نظير الأجر الذي يدفعه له في مقابل ذلك .

ومن هنا نجد أن هناك اختلاف كبير بين الخدمات الإنتاجية والأصول المادية وهذا هو الفرق بين سوق خدمات العمل وبين سوق الأراضي[1] . فعلي سبيل المثال ، لو رغب احد المزارعين في شراء قطعة أرض من أجل استغلالها في النشاط الزراعي ، وكان علي استعداد لدفع الثمن المحدد لها

(١) حيث يعتبر الأراضي من الأصول الثابتة القابلة للتملك.

. فهو في هذه الحالة يستطيع أن يمتلكها نهائيا . وفي هذه الحالة فإن سعر هذا الأصل (الأرض) يتوقف اساسا علي العائد المتوقع الحصول عليه من استغلالها .

واذا كان هذا هو الحال بالنسبة للأرض ، باعتبارها أصل من الأصول الحقيقية يمكن أن يباع ويشتري ، باعتبارها موضوع للمالكين فما هو الحال بالنسبة لخدمات رأس المال ؟ هل يستطيع المشروع شرائها ؟

يمكننا أن نجيب بالإيجاب حيث أن المشروع يلجأ إلي شراء الآلات والمعدات والأجهزة التي تمكنه من القيام بنشاطه ، إلا أن طلبه علي هذه الأصول الإنتاجية يتحدد بمدي العائد المتوقع[1] تحقيقة من شرائه واستغلاله لهذه الأصول ، ويعني هذا أن ثمن عرض هذه الآلات يتحدد حسب أهمية الخدمات التي يمكن أن تقوم بها .

أما إذا افترضنا أن المستثمر سوف يلجأ إلي ادخار نقوده بدلا من استغلالها في شراء أصل من الأصول الإنتاجية ، فمعني هذا انه سوف يتقاضي عنها مقابل يعوضه عن الإنتظار أو عن احتمالات انخفاض القيمة الحقيقية للنقود (بفعل ارتفاع الأسعار والتضخم) وهذا المقابل هو ما يعرف بسعر الفائدة.

(١) الكفاية الحدية لرأس المال -الزيادة المترقعة في الإنتاج أو الدخل نتيجة شراء وتشغيل أصل استثماري إضافي .

وبذلك فعندما نتعرض لسوق عوامل الإنتاج ، فإننا لابد أن نتعرض لقيمة خدمات تلك العوامل ، حيث يتضح لنا أن هناك علاقة قوية بين قيمة هذه الخدمات وبين ما نطلق عليه بالقيمة الرأسمالية والتي علي اساسها يمكن ان يباع الأصل الذي يولد هذه الخدمات (مثل الآلات) .

وسوف نتعرض الآن لمحددات عرض هذه العوامل

٢- منحنيات عرض عوامل الإنتاج :

من البديهي بعد أن حددنا عوامل الإنتاج (ارض -عمل -رأس مال) أن نتساءل عن المتغيرات التي تؤثر علي عرض هذه العوامل حسب مستويات الأسعار المختلفة؟ وخصوصا أن هذه الأسعار من المحددات الهامة لعرض هذه العوامل . فعلي سبيل المثال نجد أن صدور قانون تعديل العلاقة بين المالك والمستأجر وارتفاع القيمة الإيجارية للأراضي الزراعية أو القيمة الإيجارية بصفة عامة، فإن كثير من أصحاب الأراضي الزراعية الذين كانوا يتركون أراضيهم بدون استغلال أمثل أو يستغلونها في أوجه أخري[١] ، نظرا لانخفاض القيمة الإيجارية وسيادة المستأجر علي المالك، قد لجأوا الي تأجيرها تحت اغراء الحصول علي دخل ثابتة مجزية ومضمونة، ونفس الشئ يمكن قوله علي العقارات[٢] .

(١) التجريف أو إقامة المساكن عليها إلى غير ذلك .
(٢) الاتجاه الحالي لأصحاب العمارات بعرضها للتمليك بدلا من الإيجار .

وبنفس المنطق ، نجد أن ارتفاع أسعار الفائدة تجذب الأفراد إلي ادخار فائض دخولهم في أوعية ادخارية تدر عليهم عائدا مناسبا يعوضهم جزئيا عن التضخم السائد .

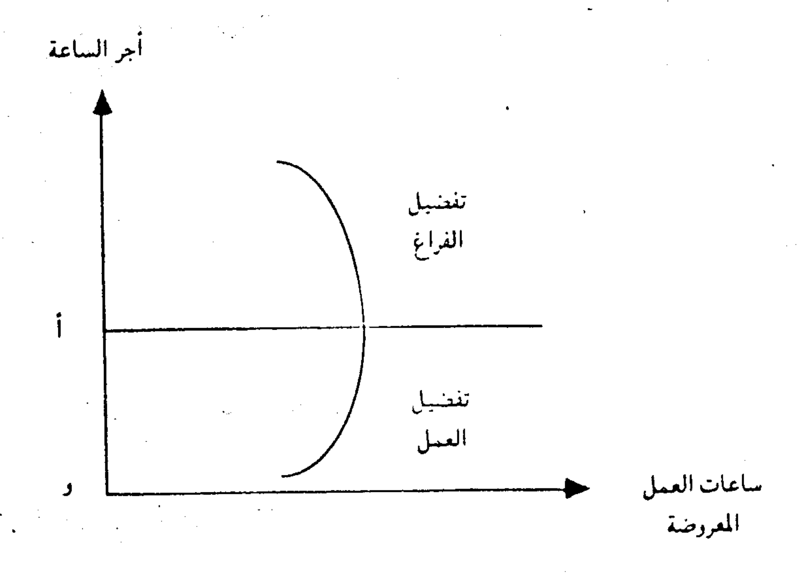
كذلك نجد أن العائد المناسب هو المحدد الأساسي أيضا لعرض كل من الأصول والأراضي .

والآن سنتعرض لمنحنيات عرض العمل

أ- منحنيات عرض العمل :

من المعروف أن منحنيات العرض العادية تأخذ شكل منحني ذات ميل متزايد ومتجه نحو اليمين ، وهذا معناه أنه كلما ارتفع السعر كلما زادت الملكية المعروضة .

إلا أن دالة عرض العمل لشخص ما تمثل لنا خاصية معينة كما هو واضح في الشكل الآتي :



من الرسم السابق يتضح لنا :

- إن منحني عرض العمل يأخذ الشكل الطبيعي حتي مستوي الأجر و أ ، ومعني هذا أن العامل قادر ومستعد - ايضا - أن يبذل جهد أكبر ويقضي ساعات عمل أطول كلما زاد الأجر المدفوع له عن ساعة العمل[1] أي كلما ارتفع هذا الأجر بدرجة تعوضه الجهد الجسماني الإضافي .

- يري الاقتصاديين أن الاستمرارية في زيادة عرض العمل محكومة بمبدأ هام ألا وهو تزايد الضرر الحدي للعمل .

(١) وذلك طالما لم يتجاوز أجر الساعة عن المستوي جـ أ في الشكل السابق .

وهذا يعني أن العامل يستطيع أن يستمر في زيادة ساعات عمله إلي أن يصل إلي حد معين ، حيث تبدأ المشاكل في الظهور ، سواء كانت مشاكل صحية بسبب الاجهاد أو مشاكل اجتماعية بسبب عدم الاستقرار العائلي لقضاء معظم الوقت في العمل إلي غير ذلك وهنا نجد أن العامل يرفض أن يعمل ساعات إضافية أخري إلا إذا كان الأجر الإضافي المقابل من الكبر بحيث يعوضه عن هذه المتاعب .

ب- المرونة والقدرة علي الإنتقال

مما لا شك فيه أنه لا يمكنا إغفال أهمية العوامل الفنية التي تؤثر علي دوال طلب السلع والخدمات - إلي جانب مستوي الدخول الموزعة والتي أهمها مدي توافر السلع البديلة والمكملة إلي جانب العوامل النفسية وفي نفس الوقت فلا يمكن ان نتجاهل العوامل الفنية التي تؤثر علي شكل منحنيات ودوال عرض عوامل الإنتاج المختلفة والتي من أهمها : **مدي إمكانية انتقال عامل من عوامل الإنتاج سواء جغرافيا من مكان إلي اخر - أو من فرع إلي فرع أخر من فروع الإنتاج .**

وبالنسبة لقابلية الانتقال جغرافيا ، نفترض أن أحد المقاولين قد استندت إليه عملية إنشاء مدينة جديدة في منطقة صحراوية وذلك لإستكمال التوسع العمراني والحد من مشكلة تكدس السكان في المدن الكبري وهذا أدي بدوره

إلي زيادة الطلب علي عمال التشييد والبناء والسباكة بالدرجة التي أدت إلي رفع أجر العامل في هذه المنطقة إلي ٣ أضعاف الأجر السائد. فالنتيجة الحتمية لهذا الوضع أن ارتفاع الأجر سوف يؤدي إلي جذب معظم عمال البناء والتشييد والسباكة للعمل في هذه المنطقة الجديدة ، أملا في الاستفادة من فرق الأجر وبالتدريج سوف يزداد عرض العمل تدريجيا إلي الدرجة التي يتساوي فيها العدد الراغب في العمل مع العدد المطلوب من العمال . وقد لا يقتصر الأمر علي ذلك ، بل قد يستمر العمال في التدفق علي هذه المنطقة رغبة في العمل حتي يزيد عرض قوي العمل العدد المطلوب وهذا في حد ذاته كفيل بالقضاء علي أي ارتفاع مبالغ فيه لأجر العمل(١).

وبذلك نجد أن القدرة أو الأمكانية علي النقل تعتبر من أهم العوامل بل الشروط الفنية التي تؤثر علي شكل ووضع منحني عرض العمل ولو حاولنا تطبيق هذا المبدأ علي الاقتصاد المصري، لوجدنا أن القدرة أو قابلية انتقال عنصر العمل لا تنطبق فقط علي الانتقال الأقليمي(٢) ، بل الأنتقال الخارجي(٣) ايضا ، حيث أن ارتفاع أجور العمالة الفنية المدربة في الدول البترولية أدي إلي تشجيع هذه النوعية من العمالة المصرية للهروب إلي هذه الدول ، بالدرجة التي أدت إلي ارتفاع أجور العمالة الفنية المدربة داخل مصر بصورة مبالغ فيها ، نظرا لانخفاض عرض هذا النوع من العمل ، في الوقت الذي بدأت فيه بعض الدول النفطية إلي تخفيض أجور هؤلاء العمال

---

(١) حالة المناطق السياحية في جنوب سيناء ، حيث كانت العمالة في هذه المنطقة تتمتع بريع الندرة الي ان زاد العرض منها عن الطلب فبدأ الأجر في الانخفاض التدريجي واختفي ريع الندرة .

(٢) أي من أقليم داخل حدود الدولة . (٣) خارج الدولة .

بعد ازدياد عددهم سواء من المصريين أو الجنسيات الأخري[1].

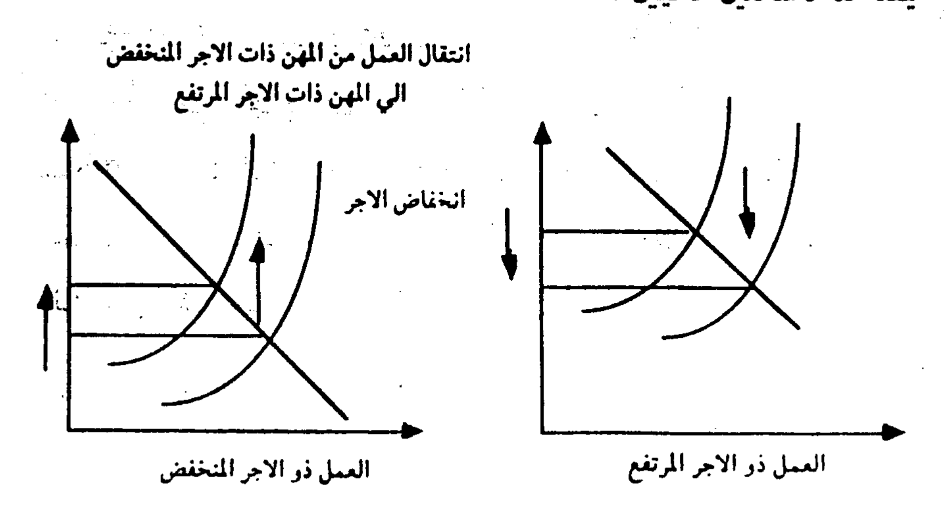
ونود أن نشير إلي أنه لولا هذه الخاصية المرتبطة بعنصر العمل وإمكانية انتقاله ، لاستحالت إقامة صناعات معينة أو مشروعات معينة في الأماكن التي يقل فيها السكان وتقل فيها نسبة العمالة المدربة .

اما بالنسبة لإمكانية الانتقال الراسي لعنصر العمل ، بمعني انتقال العمالة من مهنة الي أخري فإننا نجد أن هناك العديد من العوائق التي تقف في سبيل هذا الانتقال ، منها القيود التنظيمية (كتحديد عدد العاملين في صناعة معينة بواسطة النقابة)أو الاجتماعية (كالتمييز الطبقي كما يحدث في أمريكا حيث يحرم تشغيل الزنوج في أعمال معينة) أو الاقتصادية(عدم استطاعة محدودي الدخل من الالتحاق بدراسات معينة لارتفاع رسومها الدراسية[2] حيث تؤهل هذه الدراسات للالتحاق بالأعمال التخصصية والتي تحتاج لمهارات متقدمة .

وبالرغم من هذه القيود والعوائق فإنه لا يمكن إنكار أهمية هذا النوع من الإنتقال المهني والجغرافي في الوقت الحاضر أو في المستقبل ، ولا سيما أن هذه التحولات والانتقالات أصبحت توجد بصورة واضحة في الإقتصاد المصري ، سواء بالنسبة لهجرة العمالة الي الخارج أو لهجرة العمال الزراعيين إلي المدن واشتغالهم بالحرف المهنية كعمال بناء أو غير ذلك ليس هذا فقط

(١) ولا سيما العمال القادمين من دول جنوب شرق أسيا
(٢) مثل الجامعة الأمريكية والأكاديمية العربية .

بل أننا نجد أيضا أن كثير من جيوش المتعطلين من خريجي الجامعات أصبحوا يمتهنون بعض الحرف كالسباكة وأعمال الكهرباء والتجارة والنقاشة إلي غير ذلك ، بغية الحصول علي دخل مجزي ومناسب يمكنهم من مواجهة متطلبات الحياة وفي هذه الحالة نجد أن مرونة عرض العمل بالنسبة للمهن المميزة في الفترة الطويلة تكون أكبر من درجة مرونته في الفترة القصيرة، وذلك كنتيجة لاقبال عدد كبير من العاملين علي هذه المهن ذات الاجر المجزي والمرتفع ، وهذا في حد ذاته كفيل بتخفيف الفوارق الكبيرة بين الأجور وهذا ينعكس في صورة انتقال منحني عرض العمل لمثل هذه المهن نحو اليمين في الوقت الذي ينتقل فيه منحني عرض العمل بالنسبة للمهن الأخري التي هجرها العاملين بسبب انخفاض الأجر نحو اليسار . ففي الحالة الأولي نجد أن انتقال منحني عرض العمل نحو اليمين يؤدي الي خفض أجور العاملين في هذه المهنة والعكس بالنسبة للحالة الثانية حيث يؤدي انتقال منحني عرض العمل الي اليسار إلي الإرتفاع النسبي في الأجور وهذا ما يمثله لنا لاشكلين الآتيين :



ج- الزمن والمواصفات الفنية واثره علي عنصر الارض

إن قابلية التحرك والانتقال بين فروع الإنتاج المختلفة ، لا تعتبر صفة لصيقة بعنصر العمل فقط ، فاذا نظرنا إلي عنصر الأرض باعتباره أقل العوامل قابلية علي الانتقال ، فقد ينطبق هذا القول علي التحليل قصير الأجل، حيث يتصف منحني عرض العمل بأنه عديم المرونة ، مهما كانت الأنشطة الي تستغل عنصر الأرض ، حيث أن المزارعين الذين يزرعون أرضهم بالموالح (برتقال -يوسفي - ليمون -جريب فروت) يجدون صعوبة كبيرة لزيادة المساحة المنزرعة خلال سنة واحدة. إلا أن الارتفاع المستمر في أسعار الموالح ولاسيما الموجه منها للتصدير ، قد يدفع المزارعين في الأجل الطويل ، إلي الاتجاه نحو تحويل أراضيهم التي يزرعونها بالمحاصيل التقليدية ، إلي زراعة الموالح أملا في تعظيم أرباحهم ، وقد لا يقتصر هذا الأمر علي ذلك فقط[1] انما إلي تحويل جزء من هذه المزارع إلي أراضي زراعية لزراعة الموالح أملا في إنقاذ مراكزهم المالية واستفادتهم من تحقيق أرباح مجزية ، وهكذا نجد أنه في الأجل الطويل يصبح عرض الأرض المزروعة بالموالح عرض مرن .

في المثال السابق يتضح لنا :

- أن خاصية الإنتقال والتحول لا يقصد بها الإنتقال الجغرافي فقط، بل

(١) ولاسيما بعد قرار وزير الاقتصاد بخصوص اطلاق حرية تصدير الموالح للقطاع الخاص والعام والتعاوني إلي دول غرب أوربا والأمريكتين وشرق أوربا واستراليا وكندا والدول العربية .

يقصد بها أيضا النوعية الفنية La specificite technique والتي تحدد بدورها درجة استجابة عوامل الإنتاج إلي التغير في الأسعار، وهذا يوضح لنا كيف أن الوقت وعامل الزمن قد يلعب دور هام في تحديد درجة مرونة عوامل الإنتاج ، فبمرور الوقت تصبح منحنيات عرض عوامل الإنتاج اكثر مرونة بفضل العوامل التي تشجع علي الإنتقال والتحول من مكان إلي أخر .

ويمكن الإشارة إلي أن عنصر رأس المال النقدي أكثر العناصر قابلية علي التحول والإنتقال بين فروع الأنشطة المختلفة حيث يتميز عرض هذا العنصر بمرونة كبيرة نسبيا إذا ما قورن بعناصر الإنتاج الأخري . أما رأس المال العيني فإنه أكثر مرونة علي الإنتقال بين فروع الإنتاج المختلف في الفترة الطويلة بالمقارنة بالفترة القصيرة التي لا يمكن أن تتوقع فيها حدوث انتقالات كبيرة لعنصر رأس المال العيني بين صناعتين .

لذلك لا يمكن أن نتجاهل أن عامل الزمن، من العوامل الهامة والتي تؤثر بدرجة كبيرة علي درجة مرونة عوامل أو عناصر الإنتاج المختلفة وهذا ما يؤكده لنا اختلاف عوائد هذه العوامل في الفترة القصيرة عنه في الفترة الطويلة . فعلي سبيل المثال نجد أن ارتفاع الأجور في صناعة معينة في الفترة القصيرة يقابله انخفاضها في الفترة الطويلة وارتفاع الأجور في صناعة أخري كانت تعاني أصلا من انخفاض الأجور فيها في الفترة

القصيرة . وهذا يقودنا إلي تحليل ودراسة ظاهرة هامة آلا وهي ظاهرة الر...
الاقتصادي أو شبه الريع .

٣- شبه الريع وعوامل الإنتاج :

يختلف شبه الريع (الريع الاقتصادي) عن ريع الأرض ، ولذلك كان من الضروري أن نوضح الفرق بين هذان المعنيان من الريع حيث أن كلمة ريع يطلق اصلا علي المبالغ النقدية التي يدفعها المستأجرين لملاك الأراضي نظير انتفاعهم بها باعتبارهم هبة من هبات الطبيعة بمعني ان هذه المدفوعات تمثل عادة مقابل الخدمة الممكن الحصول عليها من الأرض . وهذه المدفوعات تتحدد حسب قوي العرض والطلب في سوق الخدمات . ومن هنا إذا انخفض ريع الاراضي الزراعية- بفعل القانون -فمن الطبيعي أن يلجأ ملاك هذه الأراضي الي الاحجام عن تأجيرها ، وهذا ما ينعكس في صورة المعروض منها علي مستوي سوق الخدمات[١] والعكس إذا ارتفع ريع هذه الأراضي بالنسبة لاستخدام معين فمن المحتمل زيادة المعروض منها من جانب الملاك وذلك علي مستوي هذا الاستخدام ، ولكن بزراعتها موالح ، كما سبق واشرنا وذلك للحصول علي ريع مجزي كما ان زيادة المعروض من الارض علي المطلوب منها يؤدي الي انخفاض ريع الارض لهذا الاستخدام وعادة ما يكون منحني الأرض الزراعية غير مرن في الفترة الطويلة وعديم المرونة في الفترة القصيرة .

---

(١)مثال ذلك أن قانون الإصلاح الزراعي في مصر قد حدد ريع الأراضي الزراعية عند مستوي أقل بكثير من المستوي الذي يعكس ندرة هذا العنصر والزيادة الكبيرة في الطلب عليه،مما دفع ملاك هذه الأراضي الزراعية الي استغلالها في بناء الوحدات السكنية أو بيعها كأراضي للبناء باسعار مرتفعة .

ومن هنا نجد أن الريع بهذا المعني يمثل لنا العائد المدفوع لأحد عوامل الإنتاج ؛ ألا وهو الأرض ، نظير استغلال خدماته في العملية الإنتاجية ، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخري يمثل لنا أحد عناصر تكاليف الإنتاج الذي يؤثر بدوره في تحديد أسعار بيع السلعة النهائية التي يساهم هذا العامل مع غيره من العوامل في إنتاجها . فعلي سبيل المثال لو أن أحد المزراعين قد وجد أنه من الضروري أن يستأجر فدان إضافي بمبلغ ٢٠٠٠جنية سنويا وذلك من أجل التوسع في زراعة الذرة لغذاء الدواجن في مزرعته ، فعليه ان يضيف هذا المبلغ الي التكلفة الكلية لمحصوله النهائي والذي يحدد التكلفة النهائية لانتاج الدواجن .

وبوجه أخر يمكن القول عن مفهوم الريع بأنه يعتبر عائد الأرض كعامل من عوامل الإنتاج، فضلا عن كونه يعتبر أحد عناصر تكلفة الإنتاج.

اولا : أن الريع بمعناه العادي يخص عامل الأرض فقط ، أما شبه الريع(الريع الاقتصادي) فإنه يخص جميع عوامل الإنتاج(أرض - عمل -رأس مال).

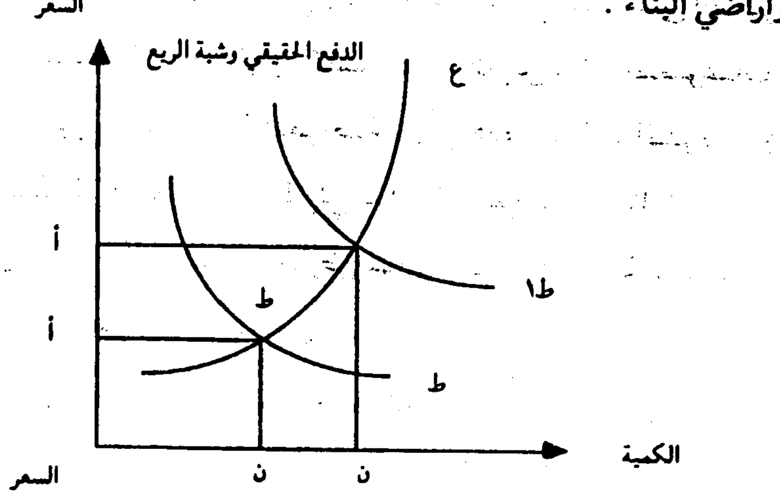
ثانيا : إن شبه الريع لا يعتبر من قبيل المتحصلات التي يحصل عليها عامل الإنتاج ، ومن ثم فان هذه الخاصية لا تكون بمثابة عامل دافع أو مشجع لدخول عوامل الإنتاج مجال السوق .

واخيرا : فإن شبه الريع لا يعتبر من المحددات الاساسية لتحديد السعر النهائي او سعر بيع السلعة او الخدمة ولكن يعتبر من قبيل المكاسب التي يعكسها أو يحددها سعر البيع النهائي .

ولتوضيح ذلك نحاول الإستعانة بالمثال الآتي :

لنفترض أن الامتداد العمراني قد أدي إلي تحويل منطقة العجمي بالأسكندرية من منطقة للاصطياف إلي منطقة سكنية فإن هذا الإجراء كفيل بأن يساعد كل من يرغب في السكني في الحصول علي وحدة سكنية ملائمة بإيجار مناسب أو الحصول علي قطعة أرض للبناء عليها في هذه المنطقة ، طالما كان ذلك بعيدا عن شاطئ البحر أي بعيدا عن منطقة الاصطياف .

وهذا ما يوضحه لنا الرسم الآتي والذي يعكس لنا منحني عرض المساكن وأراضي البناء .



من الرسم السابق نجد أن:

- المربع أ و ن م يوضح لنا الريع الحقيقي أي مستوي الايجارات الحقيقية الذي يتحدد بتقاطع منحني الطلب ط ط مع منحني عرض المساكن أو الأراضي و ع .

- ومن هنا نجد أن قيمة هذه الإيجارات تعتبر ثابتة نظرا لوجود عدد كاف من المساكن أو الأراضي المعدة للبناء وتتحدد هذه الإيجارات بالمقدار م أ والذي يتحدد بالتكلفة المعطاه .

- إن الدخول التي يحصل عليها ملاك هذه الأراضي او العقارات = م أ ×م ن وهذا ما يطلق عليه الريع الحقيقي = المدفوعات الضرورية نظير استخدام هذه الموارد .

ولنا أن نتصور إذا لم يدفع أي ريع فلا يعرض أي شئ وعلي العكس كلما زاد الطلب علي هذه الموارد كلما أدي ذلك إلي زيادة المدفوعات ويؤدي ذلك الي زيادة الكمية المعروضة ، وفي هذه الحالة لو افترضنا أن منحني الطلب قد انتقل من ط ط إلي ط١ ط١ كما في الشكل السابق ، فإن عرض الوحدات السكنية أو الأرض سوف لا يزيد إلا بنسبة بسيطة جدا ، ويصبح من الصعب علي كل فرد من الراغبين في الحصول علي وحدة سكنية أو قطعة من الأرض ، أن يحصل عليها بالسعر السابق .

لنفترض أنه إزاء هذا الوضع اتجه الملاك إلي محاولة ايجار أو بيع هذه الوحدات عن طريق إجراء مزاد علني (مثلما حدث في قرية مراقية وماربيلا وشقق مدينة المعمورة بالنسبة لتمليك الشاليهات السياحية نظرا لزيادة الطلب عليها) فمما لاشك فيه أنه طبقا للأوضاع السائدة في الاقتصاد المصري وزيادة نسبة السيولة والقوة الشرائية لدي فئات معينة من الأفراد (مهنيين ،وسطاء ،اصحاب عوائد حقوق التملك ......الخ) فلابد أن ترتفع القيمة الإيجارية أو ثمن التملك للوحدة السكنية من م أ الي م أ وهذه الزيادة هو ما يطلق عليها شبه الريع أو (الريع الأقتصادي).

ومن هنا نجد أن ارتفاع القيمة الإيجارية من م أ الي م أ سوف يؤدي حتما الي زيادة المعروض من الشقق من م ن إلي م ن حيث سيلجأ اصحاب العقارات إلي تعلية عماراتهم أو إلي التخلي عن الشقق الخالية التي كانوا يحتفظون بها لذويهم أو بغرض الايجار المفروش أو الاصطياف وذلك أملا في الحصول علي الزيادة في القيمة الايجارية أي الريع الاقتصادي المضمون.

وهذا الريع الاقتصادي أو شبه الريع هو ما يمثله ارتفاع القيمة الإيجارية للوحدة السكنية عن السعر المحدد لها وهذا معناه أن المستأجر لابد أن يكون علي استعداد لأن يدفع قيمة إيجارية أعلي حتي يستطيع أن يدخل سوق الايجارات .

وبذلك يتحدد الريع الاقتصادي أو شبه الريع بالفرق بين القيمة الايجارية الجديدة القيمة الإيجارية القديمة .

وفي مثالنا هذا فإن :

الريع الإقتصادي = م أ - م أ = القيمة الايجارية الجديدة - القيمة الايجارية القديمة .

نخلص من هذا ان الريع الاقتصادي او شبه الريع يعتبر بمثابه العائد او المكافاة التي تحصل عيها عوامل الانتاج التي تتميز بالندرة (مثال حالة المساكن نظرا لاشتداد ازمة الاسكان) ولذلك يمكن ان نطلق عليها ريع الندرة اي الريع الذي يخص عوامل الإنتاج النادرة فقط .

ونود أن نشير إلي أن مفهموم الريع الاقتصادي أو شبه الريع لا يقتصر علي عنصر الأرض فقط ، بل يمتد ايضا ليشمل جميع عناصر الإنتاج الأخري.

فعلي سبيل المثال لو افترضنا أن زيادة الضغط علي السيارات السرفيس للنقل بين الاقاليم قد زاد بدرجة كبيرة فهذا كفيل في حد ذاته لرفع اجرة استغلال هذه الخدمة ربما إلي الضعف طبقا لدرجة تزايد الطلب عليها إلا انه في الفترة الطويلة فإن ذلك قد يغري العديد من السيارات الجديدة إلي دخول

هذا المجال وبذلك تختفي ظاهرة الريع الاقتصادي .

أ- الريع الاقتصادي وعوائد عوامل الانتاج

يعتبر كل من العوائد التي يحصل عليها الكتاب والمؤلفين والمطربين والممثلين وجميع المهن التي تتطلب مواهب خاصة وقدرات فائقة من قبيل الريع الاقتصادي او ريع الندرة فعلي سبيل المثال قد يحصل الممثل الذي ينتمي الي المسرح القومي علي راتب شهري ثابت يقدر بحوالي ١٠٠٠جنية شهريا نظير قيامه بعمله الفني في حين يمكنه ان يحصل علي ١٠,٠٠٠جنية لو قام بأداء دور معين في أحد مسارح القطاع الخاص وفي هذه الحالة فإن :

الريع الاقتصادي = ١٠,٠٠٠-١٠٠٠ = ٩٠٠٠جنية

وهذا الفرق (الريع الاقتصادي) الذي يتقاضاه الممثل نظير شهرته وانفراده بأداء لون معين من الفن أو التمثيل .

ونفس الشئ يمكن قوله عن ظاهرة ارتفاع اجور المهنيين في الاقتصاد المصري فعلي سبيل المثال نجد أن بعض السباكين او الذين يقومون بأعمال السمكرة للسيارات في ورش القطاع العام ، يحصلون علي أجر ثابت ومقرر نظير قيامهم بهذا العمل ، بينما يستطيعون الحصول علي ثلاثة اضعاف هذا

الاجر من عملهم في ورش خاصة بعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية ونظرا لزيادة الطلب علي هذه النوعية من العمالة فإنهم يحصلون في هذه الحالة علي ريع اقتصادي وهو ما يزيد عن الحد الأدني من أجورهم الغير قابلة للضغط ولا يمكنهم النزول عنها .

ومن هذا المنطلق نجد أن منطق الريع الاقتصادي يسمح لنا بتفسير الفوارق في المرتبات والأجور ونود أن نضيف ايضا أنه كلما زادت العقبات التي تحول دون تحول وانتقال عناصر الإنتاج من فرع من فروع الأنشطة الي فرع آخر بحثا عن المزايا الأفضل أو الأجر أو الفائدة الأكثر كلما أدي ذلك إلي زيادة فرص أو احتمال وجود الريع الاقتصادي . وتتمثل هذه العوائق في الاجازات والبراءات المطلوبة وكذلك مدي توافر الثروات وضرورة التوطن والعادات الاجتماعية إلي غير ذلك من المتطلبات التي تزيد من احتمالات وجود الريع الاقتصادي أو شبه الريع .

وجدير بالذكر أن الريع الاقتصادي يعتبر أحد مظاهر الاختلال الاجتماعي في الاقتصاد القومي ، حيث يعكس لنا المبالغة في تقدير عوائد عوامل الإنتاج النادرة كصدي لظروف معينة ، وهذا يقودنا الي التساؤل عن مدي إمكانية التحكم في الأسعار من أجل القضاء علي هذه الظاهرة التي تساهم في زيادة حدة الضغوط التضخمية ؟

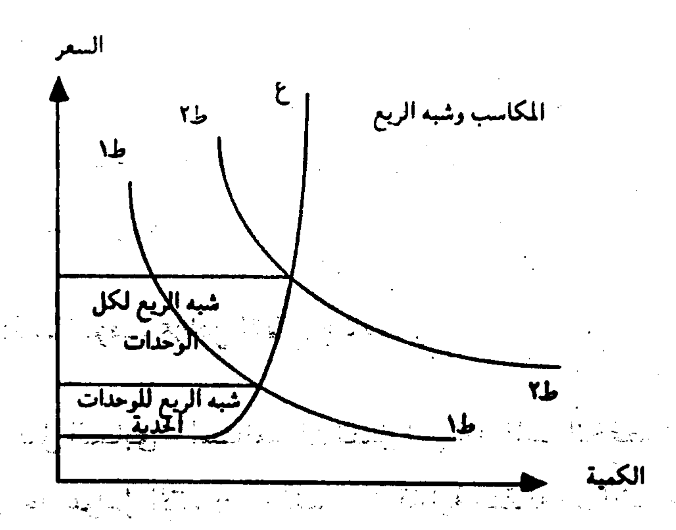
للإجابة علي هذا السؤال يجب أن ندرك تماما أن تحديد الأسعار قد لا يؤدي الي اختفاء هذه الظاهرة بل علي العكس قد يؤدي الي تفاقمها نتيجة احجام ملاك الوحدات السكنية عن تأجيرها واتجاههم الي تمليكها كما نجد أن المهنيين سوف يحاولوا التحايل علي القوانين الي غير ذلك .

ولكن يمكن تخفيف حدة هذه الظاهرة من خلال إعادة النظر في النظام الضريبي وزيادة الضرائب علي الذين يحصلون علي ريع اقتصادي وبذلك تتحقق العدالة من الضريبة التي يمكن ان تخصص حصيلتها لتخفيف العبء عن محدودي الدخل ، كما يمكن من خلال التخطيط العلمي للموارد التأثير في المحددات المختلفة لها وبالتالي التأثير في اسعارها والقضاء علي ظاهرة تزايد الريع بسبب ندرتها .

ب- منحنيات عرض عوامل الإنتاج والاسعار

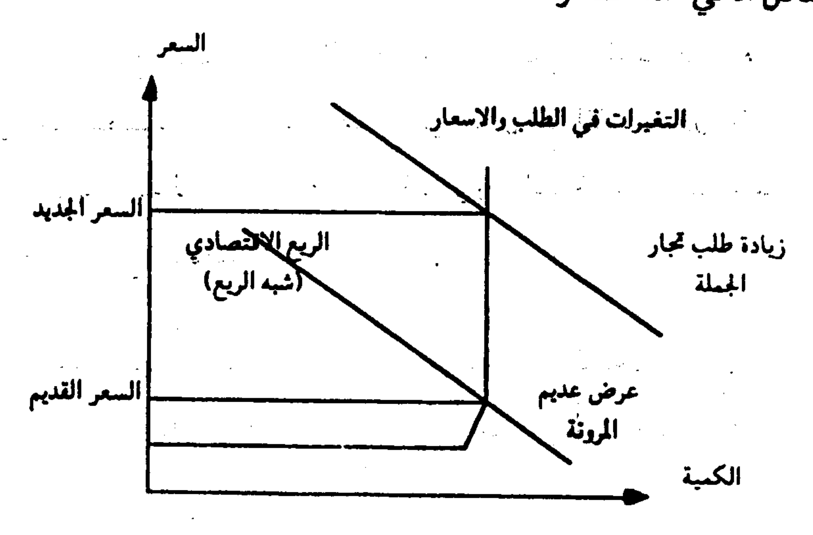
من التحليل السابق ، استطعنا ان نصل الي أنه كلما انخفضت مرونة عرض أحد عوامل الإنتاج ، وكلما قلت قابلية انتقاله بين الاستخدامات المختلفة ، كلما أدي ذلك الي ظهور الريع الاقتصادي (شبه الريع) او زيادته ويمكن الإشارة إلي أن انخفاض مرونات العرض وبالتالي الريع الاقتصادي سوف تساعدنا علي تفسير كيف أن بعض حالات التوازن السعري لابد وأن تتحقق بالفعل في السوق وبذلك نجد ان هذان المحددان من العوامل التي

تؤثر علي مستويات الأسعار السائدة في سوق عوامل الإنتاج، فلو افترضنا أن الطلب علي البيض قد زاد بنسبة كبيرة مع بداية العام الدراسي ، حيث تلجأ ربات البيوت الي زيادة مشترياتهن من هذه السلعة إما بغرض زيادة اقبالهن علي صناعة الحلوي من أجل إفطار أولادهن أو من أجل عمل السندوتشات فليس معني ذلك أن بائعي البيض سوف يقومون برفع أسعار البيض الموجود لديهم وهذا ما يوضحه الشكل الآتي :



ولكننا إذا افترضنا استمرار هذه الزيادة وبمعدلا كبيرة في الطلب علي البيض في خلال اسبوع واحد ، فإن بائعي البيض سوف يسارعون بتحديد زيادة طلبات الشراء لدي تجار الجملة وهذا في حد ذاته كفيل باستنفاذ

الرصيد المخزون بثلاجات هؤلاء التجار، الذي سوف يسعون بدورهم لزيادة مطالبة المزارع الخاصة بانتاج البيض بتزويدهم بكميات إضافية من هذه السلعة حتي يتمكنوا من مواجهة طلبات عملائهم من الموزعين ولكنهم سوف يصدمون في هذا الموقف بعامل هام ألا وهو عدم مرونة عرض البيض وذلك لان مزارع البيض لا يمكنها زيادة انتاجها من هذه السلعة في خلال الفترة القصيرة ، بل يتطلب الأمر الانتظار طيلة دورة انتاجية كاملة ولتكن ٦ شهور حتي يستطيعوا زيادة انتاجهم وذلك بزيادة اقتنائهم وتربيتهم لدواجن البيض ، وهكذا نجد أنه في خلال الفترة القصيرة يلجأ اصحاب مزارع دواجن البيض الي رفع السعر منتهزين فرصة زيادة الطلبات وهذا الارتفاع يمثل لنا الريع الاقتصادي الذي يحصل عليه مربي الدواجن المنتجة للبيض نتيجة الزيادة المستمرة والمتلاحقة للطلب علي هذه السلعة ويوضح لنا الشكل الآتي هذه الظاهرة .



ويجب ان نشير الى انه عندما يعمد منتجي البيض إلي رفع سعره ، فإن هذا الارتفاع يمثل زيادة في عناصر التكاليف بالنسبة لتجار الجملة ولذلك فإنهم مضطرون إلي رفع سعر البيع إلي تجار التجزئة الذين يسارعون بدورهم الي تحميل المستهلك النهائي بهذه الزيادة ، نظرا لزيادة تكاليف الإنتاج والتوزيع .

حتي ولو استطاع المجتمع ان يزيل العقبات الاجتماعية والتنظيمية امام عنصر العمل في الإنتقال من مهنة الي مهنة ومن منطقة الي اخري .

ج- الطلب المشتق علي عوامل الانتاج

يمكن تعريف الطلب المشتق بأنه الطلب الذي لا يأت من المستهلك مباشرة، ولكنه يأتي من خلال المشروع. فعندما يستأجر المستهلك عامل من عوامل الإنتاج، فإنه يفعل ذلك من أجل الاستفادة بخدمة هذا العامل ، أو من أجل حصوله علي اشباع معين من خلال هذا الاستغلال إلا أن الأمر يختلف بالنسبة للمنظم ، عندما يتخذ قراره باستخدام او بشراء عامل من عوامل الإنتاج المختلفة .

فعندما يلجأ المنظم الي سوق عوامل الإنتاج ، فإنه لا يطلب إحدي هذه العوامل سواء كان أرض أو عمل أو رأس مال من أجل حصوله علي اشباع

مباشر من هذا العامل ، بل من أجل استخدام هذا العامل في عملية معينة (خدمية أو إنتاجية) تسمح له بالحصول علي أقصي ربحية ممكنة ومن هنا نجد أن طلب المشروع علي عوامل الإنتاج يختلف عن الطلب المباشر للمستهلك علي السلع والخدمات في أنه طلب مشتق من طلب الأفراد المستهلكين علي السلعة او الخدمة التي يقوم هذا المشروع بانتاجها .

ويتوقف الثمن او السعر الذي يقبل المنظم دفعه مقابل الاستفادة من خدمات احد عوامل الإنتاج علي الإنتاجية الحدية لهذا العامل بمعني مدي مساهمته في زيادة إنتاج المشروع ونظرا لأهمية رأس المال في سوق عوامل الإنتاج فإننا سوف نتعرض له بشئ من التفصيل متناولين كيف يتحدد عائدة(سعر الفائدة).

د- تعريف راس المال

يعرف راس المال بانه سلع ليست لغرض الاستهلاك المباشر وإنما تستخدم في إنتاج سلع أخري (راسمالية او استهلاكية مختلف عن عنصري الارض والعمل في إنه من صنع الإنسان بالتعاون مع الطبيعة . ويعني ذلك ان الإنسان يتحكم تحكما كاملا في صنعه .

والتعريف الجاري لرأس المال يميز لنا بين اربعة انواع مختلفة في رأس

فبالنسبة لراس المال الفني ، فيمكن اعتباره مجموع السلع المادية التي تستخدم في العملية الإنتاجية بالقدر الذي يضمن زيادة انتاجية العنصر (حالة المحاريت - الجرارات - الآلات والمعدات الصناعية إلي غير ذلك).

اما راس المال المحاسبي فهو مجموع القيمة النقدية التي تظل ثابتة من حيث الكم وذلك بعد اضافة اقساط الاستهلاك التي تخصم سنويا إليها .

اما راس المال القانوني . فهو يمثل لنا مجموع حقوق التملك أو الدائنية لقيمة معينة . بحيث تعطي هذه الصكوك لحاملها الحق في الحصول علي تيار ما لدخل (سواء ثابت أو متغير) دون ان يشارك حاملها في الادارة .

وأخيرا يعبر **راس المال النقدي** عن الأموال السائلة والنقود القابلة للاقراض .

ومن هذا المنطق نجد أن رأس المال القانوني والمحاسبي لايحددان طبيعة رأس المال ، ولكن يحددان علاقته بأصحاب حقوق الملكية او الدائنية . اما رأس المال الفني فيمكن اعتباره من قبيل التعريف العام لرأس المال . وخصوصا أنه يوجد في جميع الأنظمة الاقتصادية ، سواء في شكل تطبيقات اولية للإنتاج(كباري - إنفاق - مواصلات - الي غير ذلك) او

ادوات الإنتاج(مصانع - ميكنة زراعية - مخزون الخ) وذلك حتي تتحقق العملية الانتاجية ومن هنا نجد أن رأس المال الفني ضرورة من ضرورات الإنتاج بالنسبة لجميع الأنظمة الاقتصادية بعكس رأس المال القانوني الذي لا يوجد إلا في الأنظمة الاقتصادية التي تعترف بوجود حقوق الملكية الخاصة .

هـ - السمات المميزة لعامل رأس امال

ونود أن نشير إلي أن رأس المال الفني ينقسم بدوره الي نوعين :

رأس مال ثابت ، رأس مال متداول وقد يرجع التمييز بين هذين النوعين إلي عاملين أساسيين هما : الانتقال والسيولة .

والانتقال هنا يتمثل في القابلية في الدوران والحركة والتداول وهذه الصفة لصيقة برأس المال المتداول .

اما السيولة فهي قابلية تحول الأصل الي ارصدة نقدية بدون فاصل زمني كبير او خسارة ، وهذه الخاصية ايضا يختص بها رأس المال المتداول . حيث أنه من الصعب انتقال الآلات من عملية إنتاجية إلي عملية أخري في صناعة أخري بسهولة وايضا من الصعب بيع الآلات والعدد والتجهيزات دون انقضاء وقت طويل ودون تحمل خسارة واضحة وهذا بعكس المخزون من

البضاعة تامة الصنع أوالنصف مصنعة . أو المواد الأولية الاستراتيجية أو مواد الطاقة حيث أن لها طبيعة خاصة .

و - راس المال والاستثمار

يعتبر الاستثمار من قبيل تيار الموارد المخصص لإنتاج الدخل المستقبلي . بينما **يعتبر راس المال** من قبيل الاحتياطي أو الرصيد المدخر من هذه الموارد . وايضا فإن الاستثمار هو الزيادة السنوية لأرصدة رأس المال.

وإذا افترضنا أن عرض رأس المال بالنسبة لأسعار الفائدة لانهائي المرونة، فإن المجتمع سوف يعرض أي كمية من المدخرات (أي النقدية القابلة للإقراض أو الاستثمار) عند المعدل السائد لسعر الفائدة وفي خلال سنة معينة فإن مستوي الاستثمار سوف يتحدد بالمبالغ المتاحة من المدخرات الجديدة ولكننا قد نواجه في كل عام بتساؤلان هامان هما :

ما هي الكمية المطلوبة من رؤوس الأموال عند هذا المعدل السائد لسعر الفائدة ؟

وعلي أي نسق أو نحو سوف يتحدد المستوي النهائي لرأس المال الجديد ؟

وللإجابة علي هذه الأسئلة ، يجب أن نعلم أن التطور الإقتصادي يعتبر

هو الأساس لتحقيق زيادة العائد المطلوب من الاستثمارات ، حيث أن الركود والجمود الاقتصادي يجعل رأس المال الموجود مجرد رصيد محتفظ به فقط بمعني أن زيادة السكان قد يؤدي إلي ضرورة زيادة الاستثمارات من أجل مقابلة الزيادة الجديدة في الطلب وهذا يزيد الطلب علي الاقتراض .

كما أن نمط الاستثمار يتحدد اساسا بغرض الاستثمارات المتاحة وهكذا فكلما ارتفع سعر الفائدة . كلما أدي ذلك الي ترشيد الاستثمارات أي استخدامها في الأغراض الأكثر انتاجية حتي يتحقق الغرض من زيادة الاستثمارات لذلك فإننا نجد أن منحني الكفاية الحدية لرأس المال عادة ما يكون مرن . وبذلك فلا يوجد ما يمكن أن يطلق عليه بمستوي التوازن الخاص برأس المال بالنسبة لأسعار الفائد . ولاسيما ان هناك اعتبارات أخري تحدد مستوي الاستثمار ، غير سعر الفائدة فهي علي سبيل المثال وليس الحصر تتمثل في :

- درجة المخاطر .
- الفترة الزمنية التي يستغرقها الاستثمار .
- مدي توافر الفرص الاستثمارية المربحة .
- مدي توافر التطبيقات الأولية للإنتاج والتي تجذب الاستثمارات نحو مناطق أو مشروعات معينة .
- اتساع السوق بالنسبة للسلعة التي يساهم الاستثمار في إنتاجها .

- مدي توافر الصناعات المكملة والبديلة للصناعة التي سوف يتجه إليها الاستثمار .

- الربحية التجارية من الاستثمار .

الخلاصة

ليس من الضروري أن يخضع رأس المال لقانون تناقص الغلة وذلك نظرا لاختلاقه عن جميع الموارد الأخري ، فضلا عن أنه يمكن أن يأخذ اشكالا مختلفة وايضا من المستحيل أن تظل جميع المتغيرات الأخري ثابتة في ظل التغيرات الاقتصادية الحالية . فعلي سبيل المثال نجد أن زيادة عدد السكان قد يؤدي الي زيادة رأس المال البشري والذي يساهم بدوره في زيادة عرض الايدي العاملة والتي تساهم في زيادة الإنتاج وهذا بطبيعة الحال - يتطلب زيادة الاستثمارات في مشروعات رأس المال الاجتماعي (بنية أساسية - مرافق عامة - صحة عامة - تعليم إلي غير ذلك) ومن هنا نجد أن توافر رأس المال الاجتماعي من شأنه تشجيع إقامة المشروعات في المناطق النائية وايضا تخفيض تكلفة الإنتاج بالنسبة لهذه المشروعات كما يساهم الانفاق علي التعليم - كما سبق وذكرنا علي زيادة عرض العمالة المدربة والتي تحتاج إليها مشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية . فعلي سبيل المثال نجد أنه في الولايات المتحدة تزيد نسبة الاستثمارات السنوية المخصصة لتأهيل وتدريب وإعداد القوي العاملة عن تلك النسبة المخصصة للاستثمارات في السلع الرأسمالية ومن هنا نجد أن العائد الحدي لرأس المال يتناقص بنسبة ضعيفة جدا جدا في حالة الاستثمارات غير المباشرة ويمكن أن ينطبق ذلك علي الأرض في حالة استخدام الأساليب الفنية الحديثة في

الزراعة أو استخدام الميكنة الزراعية في جميع خطوات العملية الزراعية وهنا سوف نجد أن عائد رأس المال سوف لاتخضع لقانون تناقص الغلة كما يعتقد الكتاب الكلاسيك .

المراجـع

أولا : المراجع العربية :

١- د.أحمد فريد مصطفي ، مبادئ الاقتصاد .

- د. سهير محمد السيد حسن ، التحليل الجزئي والكلي مؤسسة شباب الجامعة ١٩٨٩ ، اسكندرية .

٢- د. سهير محمد السيد حسن ، النظرية الاقتصادية ، دار الولاء شبين الكوم ١٩٩٩.

٣- د. سهير محمد السيد حسن ، الاقتصاد الجزئي ، دار الولاء شبين الكوم ١٩٩٩.

٤- د. سهير محمد السيد حسن . النظرية الاقتصادية الجزئية شباب الجامعة اسكندرية ٢٠٠١م.

٥- د. سهير محمد السيد حسن . التحليل الاقتصادي شباب الجامعات بالاسكندرية ٢٠٠٢م.

٦- د. عبد الرحمن يسري . د. احمد الناقة ، النظرية الاقتصادية الكلية ، قسم الاقتصاد ، كلية التجارة ، جامعة الاسكندرية ١٩٩٤م.

٧- د. محمد علي الليثي ، د. نعمة الله نجيب ، مبادئ الاقتصاد الجزئي ، قسم الاقتصاد ، كلية التجارة ، جامعة الاسكندرية . ١٩٩٨م.

٨- د. محمد علي الليثي ، د. نعمة الله نجيب ، النظرية الاقتصادية الجزئية ، قسم الاقتصاد ، كلية التجارة ، جامعة الاسكندرية ١٩٩٧،م.

ثانيا: المراجع الاجنبية

Les Bibliographies

ARRE (J) : Un essaie d'analyse économique Causal de l'apres guerre. Seuil, 1972.

CHARles ISSAWI : Egypt in Revolution An économic Analysis

[illegible] (J.R.) Capital Growth. Oxford 1965

HENRI Denis : Hisroire de la pensée économique Themis 1974.

H.HANSEN. A guide to Keynes New york 1953.

Henri Guitton : économmic politique. Dunod. 1981.

7 J. BENAR D : La conception marxiste de capital paris 1952.

L. BAUDIN : Precis d'histoire des doctorines économiques.

9 Raymonod BARRE : Economic politique paris 1972.

10 IVER (L; G) Théoric de la croissance. Masson 1977.

11 PIETTRE : Histoire de la pensée économique et analyse des théores contempraires. Dalloz 1965.

21 SINCLAIR (J.A) : Histoire de la pensée économique Traduction francaise, Paris 1963.

13 STOLERN (t) : l'equilibre et la croissance économique 3e ed Dunod 1970.

الفهـرس

